

EDWALDO WILLIS DE CARVALHO

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA PARA IMPLANTAÇÃO
DE UMA PEQUENA INDÚSTRIA PARA FABRICAÇÃO DE
SAPATEIRAS NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA**

Monografia apresentada para obtenção de título de Especialista em Projetos, no Curso de Pós Graduação em Projetos Empresariais Públicos e Privados, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Profº Drº Cláudio Luchesa

**CURITIBA
2005**

Dedico este trabalho ao meu pai (Manoel, in memoriam) pelo exemplo de perseverança, a minha mãe (Vani) por seu carinho e amor e a meu irmão (João) que inspirou este projeto;

Dedico em especial ao meu filho (Cristhiano), pois espero que a conclusão deste projeto lhe sirva de exemplo, assim como foi para mim, o exemplo deixado por seu avô.

*Agradeço a todos que, direta ou indiretamente,
contribuíram para a realização deste trabalho*

*Ao
Mestre Prof.Dr.Cláudio Luchesa,
pela disposição, compreensão, paciência e
humor em repassar em alto nível seus
imensuráveis conhecimentos*

*Ao
Prof. Adm. Ronald Pires da Silva (Olha,Olha),
por sua contribuição informal e seus
conhecimentos práticos.*

*A
Janete, minha esposa, que me incentivou na
escolha do curso e durante os vários finais de
semana, sobrecarregou-se para me apoiar.*

SUMÁRIO

	LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	VII
	LISTA E ABREVIATURAS E LISTA DE SIGLAS.....	VIII
1	INTRODUÇÃO.....	1
1.1	TEMA.....	1
1.2	PROBLEMA.....	2
1.3	OBJETIVO GERAL.....	2
1.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
1.4.1	Pesquisa de Mercado.....	2
1.4.2	Processo de Produção.....	3
1.4.3	Estudo da Localização.....	3
1.4.4	Aspectos Financeiros.....	3
1.4.5	Viabilidade.....	3
1.5	JUSTIFICATIVA.....	4
2	REVISÃO DA LITERATURA.....	5
2.1	CARACTERÍSTICAS GERAIS DO SETOR MOVELEIRO.....	5
2.2	PERFIL DO MERCADO INDUSTRIAL DE MÓVEIS.....	6
2.2.1	Indústria de Móveis no Brasil.....	6
2.2.1.1	Perfil das empresas.....	7
2.2.1.2	Principais pólos moveleiros do Brasil.....	8
2.2.2	Indústria de Móveis no Estado do Paraná.....	9
2.2.2.1	Segmento de móveis populares.....	10
2.2.3	Indústria de Móveis em Curitiba e Região Metropolitana.....	10
2.2.4	Mão-de-obra.....	11
2.2.5	Tecnologia.....	12
2.2.5.1	Tendências tecnológicas.....	13
2.2.6	Design.....	13
2.2.6.1	Programa brasileiro de design.....	14
2.2.7	Distribuição.....	15

2.2.8	Mercados consumidores.....	15
2.2.8.1	Mercado externo.....	16
2.3	MARKETING NA PEQUENA EMPRESA.....	17
2.3.1	Propaganda.....	18
2.3.2	Promoção e Vendas.....	20
2.3.3	Relações Públicas.....	21
2.3.4	Venda Pessoal e a Administração de Vendas.....	22
2.3.5	Marketing Direto.....	24
2.3.6	Padrões de Moradia.....	25
3	MATERIAL E MÉTODOS.....	26
3.1	PESQUISA DE MERCADO.....	26
3.2	LOCALIZAÇÃO.....	28
3.3	SISTEMA DE PRODUÇÃO.....	28
3.3.1	Processos.....	28
3.3.2	Estudo da Planta.....	29
3.4	ASPECTOS FINANCEIROS.....	30
3.4.1	Orçamento dos Investimentos Fixos.....	30
3.4.2	Orçamentos Operacionais.....	30
3.4.3	Análise do Projeto.....	31
3.4.3.1	Ponto de equilíbrio.....	31
3.4.3.2	Payback time.....	31
3.4.3.3	Valor presente líquido.....	32
3.4.3.4	Taxa interna de retorno.....	32
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	33
4.1	POTENCIAL DE MERCADO.....	33
4.1.1	Estudo Demográfico da Região Pretendida.....	33
4.1.2	Pesquisa de Mercado.....	35
4.1.2.1	Considerações referente à pesquisa de mercado.....	36
4.2	PLANO DE LANÇAMENTO.....	37
4.2.1	Perfil da Empresa.....	37
4.2.2	Estratégias de Marketing.....	37

4.2.2.1	Produto.....	38
4.2.2.2	Público Alvo.....	39
4.2.3.3	Orçamento dos custos de lançamento.....	40
4.2.2.4	Logomarcas e slogans.....	41
4.3	PLANO DE PRODUÇÃO	42
4.3.1	Layout da Empresa.....	45
4.3.2	Layout do Processo de Produção.....	46
4.4	ORÇAMENTOS	47
4.5	ANÁLISE DO PROJETO	53
4.5.1	Estudo de Viabilidade	54
5	CONCLUSÃO.....	56
	REFERÊNCIAS.....	58
	LISTA DE APÊNDICES.....	61
	LISTA DE ANEXOS.....	88

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE TABELAS

TABELA 1	- PORTE DAS EMPRESAS POR NÚMEROS DE EMPREGADOS – 2002	6
TABELA 2	- FATURAMENTO ANUAL DAS INDÚSTRIAS DE MÓVEIS NO BRASIL - 1994-2003	7
TABELA 3	- PORTE DAS EMPRESAS DO RAMO MOVELEIRO POR FAIXA DE PESSOAL OCUPADO NO BRASIL	7
TABELA 4	- DOMICÍLIOS URBANOS E RESPECTIVA RENDA DOMICILIAR EM SALÁRIO MÍNIMO NO ESTADO DO PARANÁ E REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA	35
TABELA 5	- INVESTIMENTO INICIAL.....	47
TABELA 5 A	- FONTES DOS RECURSOS E PLANILHA DE AMORTIZAÇÃO.....	47
TABELA 5 B	- ORÇAMENTO DE CUSTOS FIXOS.....	48
TABELA 6	- PROJEÇÃO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS MENSAS, MAIS PROVÁVEL	49
TABELA 7	- PROJEÇÃO DE IMPOSTOS, COMISSÕES, ENCARGOS SOBRE PRÓ-LABORE DE VENDAS	49
TABELA 8	- DRE, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL	50
TABELA 9	- FLUXO DE CAIXA MENSAL, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL	51
TABELA 10	- FLUXO DE CAIXA 10 ANOS, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL	52
TABELA 11	- PROJEÇÕES DE DESEMPENHO FINANCEIRO	54

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	- SUGESTÃO DE LOGOMARCA 1	41
FIGURA 2	- SUGESTÃO DE LOGOMARCA 2	42
FIGURA 3	- LAYOUT DA EMPRESA	45
FIGURA 4	- LAYOUT DO PROCESSO DE FABRICAÇÃO	46

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	- LOCALIZAÇÃO, PRINCIPAIS MERCADOS E PRODUTOS DOS PÓLOS MOVELEIROS DO BRASIL – 1997	9
QUADRO 2	- AÇÕES DE PROPAGANDA E RECURSOS FINANCEIROS DESTINADOS AO LANÇAMENTO DO PRODUTO NO MESRCADO.	40

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	- PARTICIPAÇÃO DOS SETORES NA PRODUÇÃO TOTAL DE MÓVEIS.....	16
GRÁFICO 2	- POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA NO ESTADO DO PARANÁ – 2001.....	33
GRÁFICO 3	- POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA	34

LISTA DE SIGLAS

ABA	- Associação Brasileira de Anunciantes
ABIMÓVEL	- Associação Brasileira das Indústrias de Móveis
ANEP	- Associação Nacional de Empresas de Pesquisa
BNDES	- Banco Nacional de Desenvolvimento – BNDES
CETEMO	- Centro de Tecnologia do Mobiliário
FETRACONSPAR	- Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná
IBAMA	- Instituto Brasileiro do Meio Ambiente
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
IR	- Imposto de Renda
MDF	- Médium-density fiberboard
MDIC	- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MOVELPAR	- Feira de Móveis do Estado do Paraná
NICs	- Newly Industrialized Countries
PAY BACK	- Tempo de Retorno de Investimento
PENAD	- Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PIB	- Produto Interno Bruto
RAIS	- Relação Anual de Informação Social
RMC	- Região Metropolitana de Curitiba
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAI	- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SIMOV	- Sindicato da Indústria do Mobiliário e Marcenaria do Estado do Paraná
SIMPLES	- Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte
UFPR	- Universidade Federal do Paraná
VPL	- Valor Presente Líquido
S.M	- Salário Mínimo

1. INTRODUÇÃO

No ano de 2004, o Brasil apresentou um quadro de recuperação econômica, principalmente se comparado ao ano de 2003, em face de alguns aspectos positivos, como: o aumento das exportações; o crescimento das atividades industriais e comerciais; o aumento do PIB; o controle da inflação; a estabilização do câmbio; a diminuição da taxa de desemprego. Assim apesar da queda do poder de compra do trabalhador de baixa e média renda, foi observado através de diversos levantamentos, uma tendência no aumento do consumo, antes reprimido.

Mesmo diante desse quadro otimista, torna-se primordial a elaboração de projetos de viabilidade antes de cada tomada de decisão, como nos mostra Krueger (2001:03)

Os projetos são os que viabilizam ou não os planejamentos tanto a nível nacional ou regional, desde que permitam estimar tanto qualitativa quanto quantitativamente as vantagens ou desvantagens da aplicação, num prazo pré-estabelecido, de recursos financeiros para o alcance de um determinado objetivo, justificado econômica e financeiramente, ou ainda socialmente, conforme o caso, com o equacionamento da origem dos recursos a serem aplicados e detalhamento das diversas fases a serem efetivadas até a implantação final do projeto.

1.1 TEMA

Estudo da viabilidade técnica, mercadológica, econômica e financeira para a implantação de uma pequena indústria de um móvel especial para uso doméstico na Região Metropolitana de Curitiba.

O produto a ser comercializado trata-se de uma "Sapateira", um móvel utilitário, decorativo, inédito e exclusivo, com pedido de patente, confeccionado em madeira, sendo nela acoplado uma moldura/porta com espelho (Anexo 1). Possui um caráter inovador, pois o consumidor poderá adquirir um móvel útil, durável e prático, que é instalado em paredes, ocupando um espaço vazio e desocupando gavetas e prateleiras de guarda-roupas, ou seja, guardando seus calçados em um local apropriado.

O público a ser atingido são moradores em apartamentos com pouco espaço, com até 80 m², que caracteristicamente, não contemplam em seus projetos, locais exclusivos como: closets, dependências extras, lavanderias amplas, áreas de serviço, etc., pertencentes às classes "B e C", que procuram praticidade no seu dia-a-dia e residem na cidade de Curitiba e Região Metropolitana.

1.2 PROBLEMA

Existe viabilidade técnica, mercadológica, econômica e financeira para a implantação de uma empresa de pequeno porte, no ramo industrial, para a produção de um móvel especial para uso doméstico na Região Metropolitana de Curitiba?

1.3 OBJETIVO GERAL

Investigar a viabilidade técnica, mercadológica, econômica e financeira para a implantação de uma empresa de pequeno porte, no ramo industrial, para a produção de um móvel especial para uso doméstico na Região Metropolitana de Curitiba.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O presente projeto visa estudar a viabilidade da implantação de uma empresa de pequeno porte, no ramo industrial, vinculada ao setor moveleiro, para a produção de sapateiras. Para atender o objetivo, se fez necessário estudar outros aspectos inerentes ao presente projeto, descritos abaixo:

1.4.1 Pesquisa de Mercado

Iniciou-se com este item a fim de se verificar a aceitação do produto e o potencial de consumo. Para isso foi necessário delimitar o tamanho do mercado, definindo em que região inicialmente investir, definindo o público alvo a ser consultado e suas características socioeconômicas.

1.4.2 Processo de Produção

O processo de produção foi definido após a delimitação do tamanho do projeto. Optou-se inicialmente por uma produção de pequena escala devido a restrições de investimento e baseado no princípio de customização, ou seja, a melhor relação de custo/produção.

1.4.3 Estudo da Localização

O Estudo da Localização se resumiu a consultas dois renomados autores já citados, pois este projeto apresenta uma limitação de ordem financeira (investimentos). Dessa forma procurou-se no estudo da localização maximizar os benefícios do local escolhido. O local escolhido apresenta condições econômicas, logísticas, fiscais, mão-de-obra, fácil acesso, etc e com grande potencial de desenvolvimento.

Definiu-se pela Região Metropolitana de Curitiba – RMC, levando-se em conta critérios de Análise Locacional. Segundo Woiler, S. (s/d, p. 125) “...achar a localização que dê a maior diferença entre receitas e custos. Em outras palavras, procura-se a localização que dê o maior lucro possível para a empresa, num prazo de tempo compatível com a vida útil do empreendimento no local”.

1.4.4 Aspectos Financeiros

Foram realizadas projeções financeiras relativas ao projeto baseados em três possibilidades de escala de produção e vendas, sendo elaborados quadros e tabelas diversas, como o Demonstrativo de Resultados – DRE, Fluxo de Caixa, Folha de Pagamento, Encargos Sociais, Comissões, entre outras.

1.4.5 Viabilidade

A análise de viabilidade econômico-financeira é baseada em projeções de receitas e despesas para elaboração de planilhas. Foram realizados estudos dos processos de produção, das fontes de capital, do potencial de mercado e das fontes

de matérias-primas. Através de projeções, elaboramos o Demonstrativo de Resultados – DRE e o Fluxo de Caixa em três níveis: otimista, mais provável e pessimista, bem como o Balanço Patrimonial, possibilitando indicarmos o Ponto de equilíbrio em cada nível.

1.5 JUSTIFICATIVA

As alternativas disponíveis para o produto que se pretende fabricar, são móveis adaptados como: prateleiras em guarda-roupas, balcões, gavetas abaixo da cama; “sapateiras” em tecido ou material semelhante e por alguns modelos de móveis em madeira.

Dessa forma, tendo em vista a inexistência no mercado de um produto com a finalidade específica de guardar sapatos, percebeu-se a oportunidade de produzir em escala industrial um móvel especial para uso doméstico.

O presente projeto busca satisfazer o conceito encontrado em KRUEGER (2001, p. 7) onde: “PROJETO DE VIABILIDADE é o conjunto de informações sistematicamente ordenadas, agrupadas nos aspectos principais que compõem um projeto: Administrativo, Legal, Econômico, Técnico e Financeiro.”

A estrutura do presente estudo inicia-se com uma revisão da base teórica referente às características do setor moveleiro e do processo de marketing na pequena empresa. Em seguida, destaca-se os meios e métodos utilizados para a execução da pesquisa, após, é realizado a exposição dos resultados e por último a conclusão, procurando responder a questão do problema.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CARACTERÍSTICAS GERAIS DO SETOR MOVELEIRO

De acordo com o estudo *"Panorama do setor moveleiro no Brasil, com ênfase na competitividade externa, a partir do desenvolvimento da cadeia industrial de produtos sólidos de madeira"* (2000: vol.2, Abimóvel) realizado por GORINI, Ana Paula Fontenelle, Gerente Setorial de Bens de Consumo Não-Duráveis do Banco Nacional de Desenvolvimento – BNDES, em 2000:

A indústria de móveis caracteriza-se pela reunião de diversos processos de produção, envolvendo diferentes matérias-primas e uma diversidade de produtos finais, e pode ser segmentada, principalmente, em função dos materiais com que os móveis são confeccionados (madeira, metal e outros), assim como de acordo com os usos a que são destinados (em especial, móveis para residência e para escritório). Além disso, devido a aspectos técnicos e mercadológicos, as empresas, em geral, são especializadas em um ou dois tipos de móveis, como, por exemplo, de cozinha e banheiro, estofados, entre outros.

Os móveis de madeira, que detêm expressiva parcela do valor total da produção do setor, são ainda segmentados em dois tipos: retilíneos, que são lisos, com desenho simples de linhas retas e cuja matéria-prima principal constitui-se de aglomerados e painéis de compensados;¹ torneados, que reúnem detalhes mais sofisticados de acabamento, misturando formas retas e curvilíneas, e cuja principal matéria-prima é a madeira maciça - de lei ou de reflorestamento-, podendo também incluir painéis de *medium-density fiberboard* (MDF), passíveis de serem usinados.²

Cabe destacar a grande informalidade existente no país, também no setor moveleiro, no qual as barreiras de entradas são fracas, pois não exige grandes investimentos financeiros e nem tecnológicos em alguns segmentos dessa indústria.

O setor, que se caracteriza pela predominância de pequenas e médias empresas que atuam em um mercado muito segmentado, é ainda intensivo de mão-de-obra e apresenta baixo valor adicionado (por unidade de mão-de-obra) em comparação com outros setores.

A demanda por móveis - muito segmentada - varia positivamente com o nível de renda da população e o comportamento de alguns setores da economia, particularmente a construção civil. A elevada elasticidade-renda da demanda torna o setor muito sensível às variações conjunturais da economia, sendo uns dos primeiros a sofrer os efeitos de uma recessão. O gasto com móveis, em geral, situa-se na faixa de 1% a 2% da renda disponível das famílias (depois dos impostos). Outros fatores que influenciam a demanda por móveis são as mudanças no estilo de vida da população, os aspectos culturais, o ciclo de reposição, o investimento em marketing (em geral muito baixo nessa indústria), entre outros.

Apesar dos avanços nos últimos anos, a indústria de móveis no Brasil ainda sofre com a falta de difusão da tecnologia e a grande verticalização da produção nacional, acarretando o aumento dos custos industriais.

Como o processo produtivo não é contínuo, a modernização muitas vezes, pode ocorrer apenas em determinadas etapas da produção. Em algumas fábricas, portanto, é possível que máquinas modernas coexistam com máquinas obsoletas.

Além da tecnologia, os demais fatores de competitividade da indústria de móveis relacionam-se com novas matérias-primas, design, especialização da produção, estratégias comerciais e de distribuição, entre outros. A dinâmica das inovações baseia-se, principalmente, naquelas que se referem ao produto, através do aprimoramento do

design e da utilização de novos materiais. A qualidade do produto final é julgada de acordo com as seguintes variáveis principais: material, design, durabilidade, entre outras.

¹ O painel de aglomerado é formado a partir da redução da madeira em partículas que são depois impregnadas com resina sintética para formar um colchão que, pela ação controlada de calor, pressão e umidade, transforma-se no painel, já o painel de compensado é um produto obtido pela colagem de lâminas de madeira sobrepostas (ver BNDES Setorial, nº 6, set. 1997)

² O painel MDF é produzido a partir de fibras de madeira, aglutinadas com resinas sintéticas através de temperatura e pressão, possuindo consistência similar à da madeira maciça (ver BNDES Setorial, nº 6, set. 1997)

2.2 PERFIL DO MERCADO INDUSTRIAL DE MÓVEIS

2.2.1 Indústria de Móveis no Brasil

A indústria brasileira de móveis é formada por mais de 16.000 micros, pequenas e médias empresas que geram cerca de 195.000 empregos, de capital nacional em sua maioria. Essas empresas localizam-se predominantemente na região centro-sul do país, constituindo em alguns estados, pólos moveleiros, a exemplo de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul; São Bento do Sul, em Santa Catarina; Arapongas no Paraná; Mirassol, Votuporanga e São Paulo, em São Paulo; Ubá em Minas Gerais e Linhares no Espírito Santo.

TABELA 1 – PORTE DAS EMPRESAS POR NÚMERO DE EMPREGADOS - 2002

PORTE DAS EMPRESAS	Nº DE EMPREGADOS	Nº DE EMPRESAS
Micro empresas	até 9 empregados	11.937
Pequenas empresas	10 a 49 empregados	3.392
Médias	50 a 99 empregados	376
Grandes	mais de 100 empregados	299
Total DE EMPRESAS		16.004

FONTE: RAIS/2002

Em relação ao faturamento 60% refere-se a móveis residenciais, 25% a móveis de escritório e 15% a móveis institucionais, escolares, médico-hospitalares, móveis para restaurantes, hotéis e similares. Os Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná respondem por cerca de 82% da produção nacional, sendo que somente São Paulo e Rio Grande do Sul, representam respectivamente, 42% e 18%.

TABELA 2 - FATURAMENTO ANUAL EM BILHÕES DE REAIS DAS INDÚSTRIAS DE MÓVEIS NO BRASIL - 1994-2003

FATURAMENTO	
ANO	Bilhões de R\$
1994	3,7
1995	3,9
1996	4,6
1997	6,2
1998	7,4
1999	7,3
2000	8,8
2001	9,7
2002	10,3
2003	8,8

FONTE: Abimóvel (Disponível em: www.abimovel.com)

2.2.1.1 Perfil das empresas

Na tabela abaixo, as empresas fabricantes de móveis estão classificadas conforme critérios adotados pelo Ministério do Trabalho e pelo SEBRAE, pelo número de empregados que possuem.

TABELA 3 – PORTE DE EMPRESAS DO RAMO MOVELEIRO POR FAIXA DE PESSOAL OCUPADO NO BRASIL

Fontes	Micro Empresa	Pequena Empresa	Média Empresa	Grande Empresa
RAIS/TEM nº de empregados	0 a 19	20 a 99	100 a 499	Acima de 500
SEBRAE – Indústria	0 a 19	20 a 99	100 a 499	Acima de 500
SEBRAE – Comércio e Serviço	0 a 9	10 a 49	50 a 99	Acima de 100

FONTE: Referência citada no documento MDIC / SDP/ DMPNE do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2001.

São empresas familiares, tradicionais e na grande maioria de capital inteiramente nacional. Como em todo o mundo, a indústria brasileira de móveis é muito fragmentada e caracteriza-se principalmente por dois aspectos.

- 1- Elevado número de micro e pequenas empresas, em um setor de capital majoritariamente nacional.
- 2- Grande absorção de mão de obra.

Devido o aumento nas exportações nos últimos anos, a indústria desenvolveu muito a sua capacidade de produção e apurou significativamente a qualidade dos seus produtos.

Tecnologias avançadas, matérias primas sofisticadas e apuro na qualidade dos seus produtos têm pautado a produção da indústria brasileira de móveis.

2.2.1.2 Principais pólos moveleiros do Brasil

O Estado de Santa Catarina - maior exportador e terceiro maior produtor de móveis do país - possui mais de 900 fábricas de móveis, emprega cerca de 18 mil pessoas e contribuiu com 50% do total exportado em 1997. O principal pólo moveleiro do estado de Santa Catarina e um dos maiores do Brasil é São Bento do Sul, que possuía em 1997, 210 empresas e cerca de 8.500 empregados, se constituindo no maior centro exportador do país, com quase 40% do total das exportações nacionais, e confeccionando móveis para uso residencial (cerca de 80% da produção), direcionados em sua maior parte para o mercado de exportação: a grande maioria das empresas da região, independente do porte, opera com exportações. Existem empresas exclusivamente exportadoras, que trabalham, em sua maior parte, sob encomenda, especialmente as pequenas e micro.

Outros pólos encontram-se em estágio de desenvolvimento no Ceará, na Bahia (Recôncavo, Feira de Santana e Teixeira de Freitas) e no Paraná (Guarapuava), conforme a tabela abaixo, que também destaca os principais produtos produzidos em cada pólo, o número de empresas instaladas e de empregos gerados.

**QUADRO 1 - LOCALIZAÇÃO, PRINCIPAIS MERCADOS E PRODUTOS DOS PÓLOS
MOVELEIROS DO BRASIL - 1997**

PÓLO MOVELEIRO	UF	NÚMERO DE EMPRESAS	EMPREGOS	PRINCIPAIS MERCADOS	PRINCIPAIS PRODUTOS
Ubá	MG	153	3.150	Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia	Cadeiras, dormitórios, salas, estantes e móveis sob encomenda
Bom Despacho e Martinho Campos	MG	117	2.000	Minas Gerais	Cadeiras, dormitórios, salas, estantes e móveis sob encomenda
Linhares e Colatina	ES	130	3.000	São Paulo, Espírito Santo e Bahia	Móveis retilíneos (dormitórios, salas) e móveis sob encomenda
Arapongas	PR	145	5.500	Todos os Estados	Móveis retilíneos, estofados, de escritório e tubulares
Votuporanga	SP	350	7.000	Todos os Estados	Cadeiras, armários, estantes, mesas, dormitórios, estofados e móveis sob encomenda em madeira maciça
Mirassol, Jaci, Bálamo e Neves Paulista	SP	80	3.000	São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná e Nordeste	Cadeiras, salas, dormitórios, estantes e móveis sob encomenda em madeira maciça
Tupã	SP	54	700	São Paulo	Mesas, racks, estantes, cômodas e móveis sob encomenda
São Bento do Sul e Rio Negrinho	SC	210	8.500	Exportações, Paraná, Santa Catarina e São Paulo	Móveis de pinus, sofás, cozinhas e dormitórios
Bento Gonçalves	RS	130	7.500	Todos os estados e exportações	Móveis retilíneos, móveis de pinus e metálicos (tubulares)
Lagoa Vermelha	RS	60	1.800	Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e exportação	Dormitórios, salas, móveis de pinus, estantes e estofados

FONTES: STCP/Staglioro Consultoria; Associação das Indústrias de Móveis do Rio Grande do Sul (Movergs); Sind.Indústrias de Móveis de Arapongas; Sind.Indústrias da Madeira e do Mobiliário de Linhares; Sind. Ind. Mobiliário e Marcenaria do Estado do Paraná; Ferreira (1997^a e 1997b); Gazeta Mercantil (29/01/98), Elaboração: BNDES

2.2.2 Indústria de Móveis no Estado do Paraná

O setor moveleiro está mudando o perfil econômico do Estado do Paraná, pois o estado vem se destacando nos últimos anos como importante pólo do setor no Brasil. Em 2003, somente na cidade de Arapongas, das 476 indústrias existentes, 162 são desse segmento. Essa grande representatividade faz da cidade o maior pólo do Paraná e o segundo do Brasil. Mas outras regiões também estão se destacando no Estado, como a Região Metropolitana de Curitiba, que hoje concentra algumas das principais indústrias de móveis do Paraná.

Mesmo após a instabilidade da economia brasileira em 2003, quando o mercado de móveis registrou o pior resultado dos últimos cinco anos, com perda de 10% sobre o faturamento de R\$ 10,3 bilhões obtido em 2002, as expectativas são otimistas. A previsão da Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel) é que haja expansão continuada para os próximos anos.

Em 2003, já são 250 mil empregos diretos e indiretos gerados em todo o País, sendo o Paraná o terceiro Estado em exportação. O setor moveleiro tem mudado o perfil econômico das cidades, aumentando o número de empregos e renda. O pólo moveleiro do Paraná deve exportar em 2004 pelo menos 50% a mais do que em 2003, o que representa cerca de US\$ 90 milhões. Em 2003, as indústrias paranaenses de móveis, localizadas principalmente em Arapongas e Curitiba, venderam US\$ 60 milhões em produtos para o exterior, contra R\$ 43 milhões em 2002. O Pólo Moveleiro do Norte do Paraná abrange cerca de 550 empresas. Arapongas concentra o maior número — as 162 indústrias fabricam diversos tipos de móveis, gerando 6.617 empregos diretos.

FONTE: Notícias, www.abimovel.com

2.2.2.1 Segmento de móveis populares

Localizadas principalmente no município de Arapongas, as empresas do pólo empregam perto de 6 mil pessoas e respondem por 64 % do Produto Interno Bruto (PIB) do município de 81 mil habitantes. Com a produção voltada para móveis de baixo custo e para as classes C e D, as fábricas abastecem principalmente a região Sudeste, que compra 38% da produção. Em segundo lugar estão as regiões Norte e Nordeste, com 27%, seguidas pelo Sul, com 24%. Feitos de chapas de aglomerado de madeira, os móveis fabricados no Paraná, principalmente sofás, estantes, armários e dormitórios têm, a maior parte das vendas, 90%, destinadas ao mercado interno.

2.2.3 Indústria de Móveis em Curitiba e Região Metropolitana

De acordo com o Sindicato da Indústria do Mobiliário e Marcenaria do Estado do Paraná – SIMOV, em Curitiba e Região metropolitana existem 1.374

empresas cadastradas na base, dados de 30/03/04, predominando as micro-empresas, com até 9 empregados, que representam cerca de 82% do total, que trabalham com móveis sob medida, 15% de pequenas empresas de 10 a 49 empregados, 2% de médias empresas com 50 a 100 empregados e 1% apenas com empresas de grande porte que empregam mais de 100 trabalhadores.

2.2.4 Mão-de-Obra Empregada no Setor Moveleiro

A categoria de trabalhadores nas indústrias do Mobiliário e Marcenaria caracteriza-se por atuar na fabricação de móveis de madeira, junco, vime, metal, material plástico e fibra de vidro, estofado, artefatos de colchoaria, persianas, peças de mobiliário e marcenaria em geral.

O Piso salarial mínimo vigente em maio de 2004, de acordo com a Convenção Trabalhista da categoria, é de R\$ 1,94 (um real e noventa e quatro centavos) por hora ou R\$ 426,80 (quatrocentos e vinte e seis reais e oitenta centavos) mensais, referentes a 220 (duzentos e vinte) horas mensais.

Os empregados têm a seguinte classificação profissional, segundo a Convenção Coletiva de Trabalho 2004/2005 (ANEXO 3)

Auxiliar de Produção: enquadram-se todos os profissionais que não possuem conhecimento técnico indispensável para o exercício do ofício e que se subordinam diretamente ao meio profissional e ao profissional.

Meio Profissional ou Profissional de Nível I: Nesta função se enquadram todos os empregados que não possuem ainda a capacidade e o desembaraço do oficial e executando os serviços sob a orientação e fiscalização do profissional ou ainda do encarregado/supervisor que receberá o piso salarial acrescido de 10% (dez por cento);

Profissional ou Profissional de Nível II: É todo empregado que possuindo amplos e especializados conhecimentos de seu ofício tem capacidade de avaliá-lo e realizá-lo com produtividade e desembaraço. Nesta categoria estão incluídas diferentes funções inerentes ao ramo cujos principais são: Almoxarife, Carpinteiros, Costureiro, Estofadores, Líder de Equipe, Marceneiro, Montador de Móveis, Pintores, Soldador, Tapeceiro, Torneiro, Vigias, Operadores de máquinas (Operadores de plaina, Fresa, CNC, Desengrossadeira, Destopadeira, Serra Circular, Esquadrejadeira, Tomo,

Lixadeira, Tupia) e outros assemelhados que receberão o piso salarial acrescido de 20% (vinte por cento);

Encarregado/Supervisor: É todo empregado que possui amplos e especializados conhecimentos do ofício, com condições de realizá-lo e avaliá-lo. Possuindo condições para esta função de confiança que receberá o piso salarial acrescido de 40% (quarenta por cento).

2.2.5 Tecnologia

Segundo a publicação da Associação Brasileira das Indústrias de Móveis – Abimóvel, Panorama do Setor Moveleiro no Brasil – março/2004 (disponível em: www.abimovel.com) os fornecedores de equipamentos para a indústria de móveis são predominantemente nacionais para as linhas não-integradas. Não obstante, no que se refere aos equipamentos para as linhas integradas¹, a produção nacional de máquinas ainda não acompanha o nível tecnológico dos produzidos no exterior, especialmente na Itália e na Alemanha, no que diz respeito à precisão e à produtividade.

Para a Abimóvel, a grande importação de equipamentos modernos após a abertura da economia possibilitou a incorporação de novas tecnologias a algumas empresas nacionais, com resultante incremento da produtividade - tanto pelo aumento da produção como pela redução dos custos industriais e da qualidade.

Não obstante, cabe enfatizar a grande diversidade no grau de atualização tecnológica das empresas moveleiras. Como se trata de manufatura, em que o produto final é a reunião puramente mecânica de partes, a modernização das plantas pode ser feita em determinada etapa do processo produtivo. Em decorrência, as várias etapas do processo produtivo revelam diferentes graus de atualização tecnológica, em que equipamentos mais antigos convivem ao lado de outros mais modernos e sofisticados. O investimento, portanto, é divisível, permitindo que máquinas de diferentes gerações convivam lado a lado. Esta é uma característica mais acentuada nos segmentos de móveis torneados e para escritório, enquanto no

¹ Linhas não integradas são etapas de fabricação independentes, ou seja, a produção de um certo produto não depende necessariamente da produção de um outro.

segmento de móveis retilíneos a produção aproxima-se mais de um processo contínuo, o que exige a modernização conjunta de todas as etapas.

2.2.5.1 Tendências tecnológicas

Em relação aos móveis retilíneos, cuja matéria-prima básica são os painéis de madeira reconstituída (como o aglomerado e o MDF), os recentes melhoramentos nos revestimentos desses painéis (externos à indústria moveleira) contribuíram para o aumento da qualidade do acabamento final do móvel retilíneo.

Ainda no que diz respeito ao segmento de painéis, a tendência mundial, segundo a Abimóvel (disponível em: www.abimovel.com) é de que essa indústria já os forneça pré-cortados nas especificações do produtor de móveis. No caso do Brasil, isso contribuiria para diminuir uma das principais deficiências da indústria nacional: a grande verticalização dos processos produtivos, atribuídos, em parte, à carência de fornecedores especializados em partes e componentes de móveis. A grande verticalização da produção contribui para o baixo grau de especialização das indústrias, ou seja, numa mesma planta desenvolvem-se inúmeros processos produtivos e obtém-se uma multiplicidade de produtos, com menor eficiência e em escalas reduzidas.

2.2.6 Design

Design é mais que um avanço na estética significa também o aumento da eficiência global na fabricação do produto, incluindo práticas que minimizem a agressão ao meio ambiente. Segundo (GORINI, 2000, p. 55):

A competitividade da indústria moveleira depende não somente da eficiência dos processos produtivos, mas também da qualidade, do conforto, da facilidade de montagem e, sobretudo, do *design* dos móveis. A utilização de novos materiais, os novos tipos de acabamento e o *design* constituem as principais atividades inovadoras na indústria, ou seja, a mais importante fonte de dinamismo tecnológico origina-se da inovação dos produtos, uma vez que as tecnologias de processo estão consolidadas e difundidas e as mudanças tecnológicas são incrementais.

As inovações que surgem do desenvolvimento de um novo *design* envolvem diversos aspectos, dentre os quais se destacam, entre outros: a) diminuição do uso de insumos

(materiais e energéticos); b) a queda do número de partes e peças envolvidas num determinado produto; c) a redução do tempo de fabricação.

Sabe-se, por exemplo, que nos NICs (*Newly Industrialized Countries*) asiáticos o *design* vem desempenhando um papel central na redução dos custos de produção, através da simplificação do processo de fabricação, da diminuição do número de partes e peças e da substituição de materiais.

No Brasil, onde ainda predominam cópias modificadas dos modelos oferecidos no mercado internacional, poucas empresas possuem um departamento de *design* formalmente constituído. No caso das que exportam móveis de pinus, o *design* é, na maior parte das vezes, determinado pelos importadores, e em geral as empresas projetam protótipos que são submetidos aos revendedores.

2.2.6.1 Programa brasileiro do design

Segundo a Abimóvel (Disponível em: www.abimovel.com), uma iniciativa que vem se revelando bem-sucedida é o Programa Brasileiro do *Design*, que reúne diversas instituições governamentais e associações ligadas ao setor moveleiro e vem desenvolvendo vários projetos na área, dentre os quais caberia destacar: a) o Prêmio Brasileiro em *Design* de Móveis, que reuniu cerca de 600 participantes nos dois anos de sua edição; e b) o Núcleo de *Design* do Mobiliário e o Manual de Desenvolvimento de Produtos, ambos desenvolvidos pelo Senai/Cetemo, com o objetivo de assessorar empresas de todo o Brasil, principalmente as pequenas e micro, que em geral não dispõem de recursos para a contratação de um *designer*.

Outro programa governamental de incentivo ao *design* (Programa São Paulo *Design*) vem desenvolvendo um trabalho de classificação de diversas espécies de madeiras, tanto nativas quanto provenientes de reflorestamentos, que podem ser utilizadas para a confecção de móveis. São relacionadas informações sobre as regiões de ocorrência e as principais características das madeiras (cor, densidade, além de dados sobre sua resistência mecânica e biológica). Outro projeto semelhante (*Madeira em Design*), desenvolvido pelo Ibama e pelo Senai/DF, também procurou incentivar o uso de novas madeiras para a fabricação de móveis, através da classificação de diferentes espécies de madeiras nativas.

2.2.7 Distribuição

De acordo com reportagem veiculada no Jornal Gazeta Mercantil (Disponível em: www.moveipar.com.br) os canais de distribuição utilizados pela indústria moveleira nacional variam, em geral, com o porte das empresas e o mercado consumidor que visam atingir. As de pequeno porte são caracterizadas pela produção de móveis sob medida, em que a venda é realizada diretamente ao consumidor final, podendo haver como intermediário um arquiteto/designer de ambiente interno, enquanto as de médio e grande porte possuem, em geral, representantes, responsáveis pela venda de seus produtos para os grandes distribuidores e lojas. Os representantes não possuem, em geral, um vínculo formal com a empresa e são remunerados por comissões pré-negociadas. Algumas empresas de grande porte diferenciam-se por possuírem franquias em grandes centros consumidores.

As empresas de produtos mais sofisticados procuram oferecer um serviço de atendimento personalizado, estabelecendo lojas próprias ou franqueadas. Muitas vezes, a produção é terceirizada a pequenos fabricantes/marceneiros, e a contratante se responsabiliza pela montagem final e pelo projeto, o que é uma característica típica das empresas que produzem para escritório.

Ainda, segundo o Jornal Gazeta Mercantil, no mercado externo, o canal de comercialização mais difundido é o contato direto com os importadores (distribuidores) de outros países, muitas vezes responsáveis pelo projeto, ao passo que as novas formas de promoção de vendas, como catálogo, correio e Internet, ainda são pouco difundidas no Brasil.

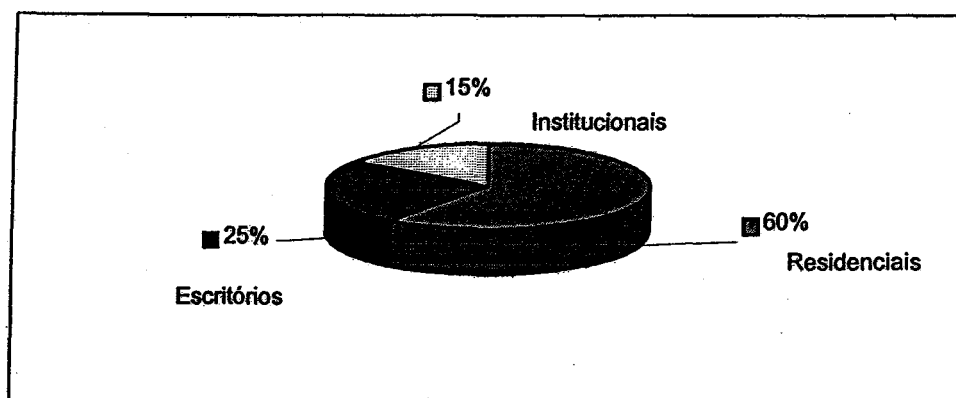
2.2.8 Mercados consumidores

De acordo com a Abimóvel (Disponível em: www.abimovel.com) no período de 1990 à 1997, o mercado brasileiro de móveis tem se mantido devido ao consumo nacional, que é suprido quase integralmente pela produção doméstica, sendo que as importações têm participação muito pequena, apesar de crescentes. Os principais centros consumidores são as regiões Sul e Sudeste, cabendo destacar

São Paulo e região do ABC, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Brasília, bem como suas respectivas regiões metropolitanas.

Os móveis residenciais, segundo a Abimóvel, participam com 60% da produção total do setor, sendo o restante de móveis para escritório (25%) e móveis institucionais para escolas, consultórios médicos, hospitais, restaurantes, hotéis e similares (15%).

GRÁFICO 1 – PARTICIPAÇÃO DOS SETORES NA PRODUÇÃO TOTAL DE MÓVEIS



FONTE: Adaptado de Abimóvel (Disponível em: www.abimovel.com)

O único segmento que apresentou crescimento em 1996 foi o de móveis residenciais populares, com um aumento de 10% em relação ao ano anterior, principalmente devido às facilidades oferecidas pelos crediários. A estabilização da economia incorporou ao mercado de móveis novas parcelas de consumidores, particularmente dos estratos representados pelas famílias de menor renda, o que explica esse crescimento. Já os segmentos de móveis para a classe média e de luxo declinaram, respectivamente, 5% e 10% no período 1995/96, assim como as vendas do segmento de móveis para escritório, que também sofreram queda de 10%. No período 1996/97, a Abimóvel estima que tal comportamento tenha se mantido, com variações nos mesmos patamares do período anterior.

2.2.8.1 Mercado externo

Aumentar o comércio internacional é hoje um dos grandes desafios do setor. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário – Abimóvel

(Disponível em: www.abimovel.com) o Brasil responde hoje por apenas 1% das exportações mundiais de móveis. A expectativa para este ano é que o segmento exporte 20% a mais, totalizando US\$ 650 milhões em negócios.

Em 2003, as exportações do pólo de Arapongas somaram US\$ 41 milhões, o que representou 8% do total vendido pelo Brasil no exterior, de US\$ 535,5 milhões. Projeta-se que esse percentual possa chegar a 30% no médio prazo.

Apesar das indústrias da região avançarem no comércio internacional, ainda há um longo caminho a percorrer para conquistar espaço definitivo no exterior, pois muitas ainda não dominam as exigências técnicas e ambientais em vigor principalmente nos Estados Unidos.

Atualmente a maior parte das exportações de Arapongas/PR é destinada a países das Américas Central e do Sul. No momento há um esforço por parte das empresas para abrir mercados na Ásia, onde também há demanda por móveis de baixo custo, e retomar as vendas para a Argentina, que já foi a principal compradora da região. Hoje a demanda argentina concentra-se em produtos de menor valor agregado.

2.3 MARKETING NA PEQUENA EMPRESA

Apesar da importância que as grandes empresas têm para a economia brasileira e da destacada atenção que sempre mereceram dos órgãos governamentais, nota-se, atualmente, um forte interesse e tendência no sentido de conhecer, analisar e propor alternativas para o segmento empresarial formado pelas pequenas empresas. Supostamente, duas das razões para isso são a importância econômico-social da pequena empresa e a crescente evidência dos problemas/dificuldades comuns a essas empresas, os quais são responsáveis pelo seu elevado índice de mortalidade.

Os problemas/dificuldades peculiares à pequena empresa, citados como responsáveis pela sua mortalidade, são vários, destacando-se os seguintes: "inexperiência no ramo de negócio; desconhecimento dos instrumentos de administração; falta de recursos financeiros; dificuldades para obtenção de créditos e financiamentos; falta de resistência aos momentos de instabilidade econômica;

concorrência; desentendimento entre sócios; e falta de disciplina, responsabilidade e organização."(Chér,1990, p.21-33).

Entretanto, Megido (1995, p.71 e 72) aponta ainda como causas da mortalidade das pequenas empresas, "problemas/dificuldades relacionadas à prática de marketing/vendas e os aspectos de mercado. São exemplos: o desconhecimento das normas básicas de marketing, a falta de orientação para o mercado, o mercado competitivo, a ausência de níveis competitivos de qualidade, a falta de acesso à informação, as novas leis, os choques econômicos e as crises de mercado".

O estudo sobre a pequena empresa ainda é pouco tratado, tanto em nível nacional como internacional e, efetivamente, são poucos os trabalhos, pesquisas e publicações sobre a prática de marketing na pequena empresa.

Procuraremos identificar as ações de marketing recomendadas pelos autores e pesquisadores para as indústrias e fornecedores de pequeno porte, envolvendo quase todas as áreas do marketing empresarial. Abordaremos as práticas de marketing relacionadas ao *mix* de comunicação/vendas da pequena empresa, discutindo sobre as práticas de propaganda, promoção de vendas, relações públicas, venda pessoal e marketing direto.

A pequena empresa deve se comunicar eficazmente com o mercado e com os públicos que influenciam no seu desempenho mercadológico. Nas palavras de Rosa (1992, p.26): "Tanto quanto ter uma filosofia séria e voltada para o consumidor e fabricar produtos adequados e de boa qualidade, a pequena empresa precisa comunicar-se eficazmente com o mercado para mostrar sua qualificação, atraindo mais clientes e até mesmo tomando mais eficiente os serviços à clientela."

Buscando identificar as ações de marketing recomendadas pelos autores e pesquisadores para as indústrias e fornecedoras de bens de consumo de pequeno porte, destacamos alguns pontos relativos ao desenvolvimento do mix de marketing.

2.3.1 Propaganda

A propaganda é uma das ferramentas de comunicação de marketing recomendadas à pequena empresa. Ela é definida como "qualquer forma de comunicação paga, impessoal, de autoria do anunciante, que identifica o

patrocinador e utiliza veículos de mídia para promover produtos ou serviços junto a um público-alvo definido". (Kotler, 1995, p.538).

O estudo e planejamento da propaganda na pequena empresa envolvem as seguintes questões básicas: quais os objetivos (resultados) pretendidos com a propaganda? Qual o público-alvo a ser atingido? Quanto a empresa está disposta a investir? Que benefícios (ou diferenciais) serão oferecidos e como será a mensagem? Quais as mídias de propaganda são recomendadas? Qual a época em que a empresa deve realizar a propaganda? e Como os resultados podem ser avaliados?

Alguns exemplos de objetivos de propaganda para a pequena empresa são: "persuadir o consumidor sobre a mudança de percepção em relação ao produto/serviço; informar sobre a participação da empresa em feiras/exposições; informar sobre o lançamento de novos produtos/serviços; lembrar os consumidores sobre a necessidade do produto/serviço; e lembrar os consumidores onde comprar o produto/serviço".(Kotler, 1995, p.541).

Para definição do público-alvo da propaganda, Gomes e Nassar (1997, p.69) afirmam que a pequena empresa deve refletir sobre informações como: "qual é o público-alvo da empresa? Como ele utiliza o produto/serviço? Qual a sua classe social, os seus hábitos e suas tendências comportamentais? Onde eles moram? Quais as mídias de propaganda que mais preferem? e Qual a posição do produto/serviço no mercado, seja cidade ou bairro?"

Sobre a determinação do montante de investimento em propaganda, a pequena empresa pode utilizar os seguintes métodos: "método da disponibilidade de recursos; método da paridade competitiva; método da porcentagem sobre as vendas; e método do objetivo tarefa." (Kotler, 1995, p.526 e 527).

Para estruturar a mensagem (o conteúdo) da propaganda, a pequena empresa deve considerar as seguintes recomendações: "a mensagem deve ser compreensível; conter um número pequeno de argumentos (assuntos); apresentar uma clara definição das "recompensas" oferecidas ao consumidor; ter a fonte identificada no fim ou no começo; e dispor de extrema clareza de apresentação." (Ferreira, 1995, p.166).

Alguns dos métodos que podem ser utilizados para avaliar os resultados da propaganda são: "teste de lembrança/reconhecimento do anúncio; teste de

dilatação da pupila; índice de procura por informações; taxa de conversão de novos clientes; e cálculo do impacto sobre o volume de vendas.”(Kotler, 1995, p. 555 a 559).

As principais mídias de propaganda possíveis de utilização pela pequena empresa segundo Mattar (s/d, p.7) são: anúncio em televisão; anúncio em rádio; anúncio em cinema (mídias eletrônicas); anúncio em jornal; anúncio em revista (mídias impressas); anúncio em embalagens/rótulos/sacos de embrulho; anúncio em panfletos/prospectos; anúncio em adesivos/brindes/*bottoms*; anúncio em páginas amarelas; anúncio em gravações de espera; anúncio em som volante; anúncio via homens-sanduíches; anúncio em *displays*/cartazes/folder; anúncio em painéis/faixas/*outdoors*; anúncio em veículos/pontos de ônibus; anúncio em toalhas de mesa/guardanapos; anúncio em quadro de aviso/flanelógrafos; e comunicação boca-a-boca (mídias alternativas).

2.3.2 Promoção de Vendas

A promoção de vendas é uma ferramenta de comunicação de marketing recomendada para a pequena empresa em função das oportunidades que oferece. Segundo Kotler (1995, p.570), promoção de vendas é "um conjunto diversificado de ferramentas de incentivo, em sua maioria de curto prazo, que visa estimular a compra mais rápida e/ou em maior volume de um produto específico por consumidores ou comerciante”;

O estudo e planejamento da promoção de vendas na pequena empresa envolvem as seguintes questões: quais os seus objetivos com a promoção? qual o tipo de incentivo a oferecer? Qual o público-alvo da promoção? Qual a duração da promoção? Quando deve ocorrer a promoção? Qual o valor do investimento na promoção? e Qual a forma de avaliação dos resultados da promoção?

Alguns exemplos de objetivos de promoção de vendas para pequena empresa são: “criar condições para o aumento em curto prazo das vendas em respostas aos concorrentes, variações sazonais de demanda ou necessidade de estímulos aos varejistas; dar apoio às vendas e a movimentação do produto no ponto de venda, forçando maior rotação de estoques e maiores pedidos de reposição; promover, durante todo o ano, uma certa constância no nível de produção

e na manutenção da força de trabalho; viabilizar o lançamento de um novo produto, ainda não testado; criar impacto no lançamento de um novo produto que é apenas um pouco melhor que o produto que irá substituir; e adequar a situação do produto cujo preço é considerado elevado com base no valor percebido pelo mercado". (Ferreira, 1995, p.168).

Exemplos de datas/oportunidades para a pequena empresa realizar promoções de vendas são: "datas especiais (natal, ano novo, páscoa, carnaval); dias específicos (das mães, dos pais, dos namorados, do jornalista, do corretor de imóveis, da mulher); épocas propícias (férias, volta às aulas, semana da criança, mês das noivas); aniversários; e mudanças de estação (inverno, primavera, verão e outono)." (Santos, 1979, p. 77 e 78).

Sobre a avaliação da eficácia das promoções de vendas, "o método mais comum é examinar os dados de vendas antes, durante e após a ação promocional" e verificar se o crescimento das vendas cobriu, no mínimo, as despesas da ação promocional." (Kotler, 1995, p.580).

As principais ferramentas de promoção de vendas dirigidas ao consumidor, segundo (Kotler, 2003, p.401 e 402) são: "amostras, cupons com desconto, descontos promocionais, brindes, recompensa por fidelidade, promoções nos pontos-de-venda, concursos/sorteios/jogos..."

2.3.3 Relações Públicas

A prática de relações públicas compreende as atividades de "fixação da imagem institucional da empresa, relacionamento com a imprensa, comunicação e informação ao público interno, estabelecimento e programação dos eventos sociais, programação dos eventos políticos e relacionamento com órgãos do governo". (El-Check, 1991, p.74).

São considerados como público-alvo das atividades de relações públicas, na visão de Kotler (1995:581), "qualquer grupo que tem interesse ou impacto real ou potencial sobre as condições da empresa para atingir seus objetivos". No caso da pequena empresa, são exemplos de público-alvo: fornecedores, bancos, sindicatos, distribuidores, revendedores, clientes, imprensa, órgãos públicos, governos e funcionários".

Ferreira (1995, p.170) aponta como possíveis objetivos de relações públicas para a pequena empresa, os seguintes: "divulgar uma transformação revolucionária do produto; divulgar uma grande novidade sobre um produto, serviço ou processo já existente; construir confiança na empresa ou no produto ou serviço; revitalizar produtos ou serviços já em fase de maturidade com soluções inovadoras; comunicar os benefícios do novo produto ou serviço; construir e manter interesse em um produto ou serviço; criar envolvimento das pessoas com a empresa; ganhar exposição para produtos ou serviços que não são anunciados; influenciar líderes de opinião; ter acesso a segmentos de mercado específicos; obter canais de distribuição; e obter apoio de varejistas."

O responsável pelas relações públicas, segundo (Kotler, 2003, p.404)¹ pode desempenhar qualquer uma das seguintes funções ou todas elas: *Relações com a imprensa ou assessoria de imprensa*: criação e colocação de informações de interesse público de diferentes mídias para atrair atenção para uma pessoa, um produto ou serviço; *Publicidade de produto*: divulgação de produtos específicos; *Assuntos de interesse público*: construção e manutenção de relacionamentos com comunidades locais e nacionais; *Atividades de lobby*: construção e manutenção de relacionamentos com legisladores e funcionários do governo para influir na legislação e nas regulamentações; *Relações com investidores*: manutenção de relacionamentos com acionistas e outros representantes da comunidade financeira; *Desenvolvimento*: relações públicas com doadores ou membros de organizações sem fins lucrativos para conseguir apoio financeiro ou atrair voluntários.

¹ (Adaptado de Scott Cutlip, Allen Center e Glen Broom, *Effective public relations*, 8, ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1999, cap. 1).

2.3.4 Venda Pessoal e a Administração de Vendas

Segundo Cobra (1994, p.21), a "venda pessoal tem sido definida como a comunicação direta com uma audiência qualificada de clientes, sendo o vendedor a fonte de transmissão e recepção de mensagens". Enquanto, a administração de vendas consiste no "processo gerencial das funções organizacionais da venda pessoal".

A venda pessoal é apontada como uma importante ferramenta de comunicação para pequena empresa, em função das vantagens e benefícios que

oferece. Segundo Las Casas (1993, p.257), as principais vantagens da venda pessoal são:

Possibilita o vendedor adaptar a mensagem de venda de acordo com a situação; o vendedor pode receber de imediato realimentação do processo e corrigi-lo, se necessário; as objeções ao produto ou serviço podem ser respondidas no momento em que aparecem; e a conversa direta, com troca de informações, opiniões e possibilidade de analisar reações, dá boa probabilidade para o fechamento da venda.

Nesse sentido, uma das importantes recomendações é que o principal responsável pela prática de venda pessoal da pequena empresa seja o próprio proprietário-gerente. Nas palavras de Megido (1995, p.16 e 17):

Sua empresa é pequena e é composta de corpo e alma: ela é você. Portanto, se você não estiver bem de corpo e alma, inteiro no negócio, com vocação, terá problemas. O que será mais importante? Ser o vendedor número um da sua empresa ou serem seus produtos os melhores do mercado? O que concluímos é que se você, na pequena empresa, não tiver as atitudes, usar a imaginação e não agir como o vendedor número um, será muito difícil alguém considerar que seus produtos e serviços sejam os melhores do mercado.

Entretanto, diz Cher (1990, p.67), "a situação ideal e a mais profissional é naturalmente aquela em que a força de vendas da empresa não se concentra unicamente na figura do proprietário-gerente, mas que tenha outros vendedores. Nessa situação, a pequena empresa necessita realizar o trabalho de administração de vendas a fim de organizar e uniformizar as atividades dos vendedores."

Para Kotler (2003, p. 416,420,422,423,424,427)" as principais etapas do gerenciamento da força de vendas são:

Elaboração da estratégia e da estrutura da força e vendas (Como deverão ser estruturados os vendedores e suas tarefas? Que tamanho deverá ter a força de vendas? Os vendedores deverão vender sozinhos ou trabalhar em equipe com outros profissionais da empresa? Devem vender em campo ou por telefone?)

Recrutamento e seleção de vendedores (No coração de qualquer operação de força de vendas bem-sucedida está o recrutamento e a seleção de bons vendedores...)

Treinamento de vendedores (...Os programas de treinamento têm diversos objetivos. Os vendedores precisam conhecer a empresa e identificar-se com ela...)

Remuneração dos vendedores (Para atrair vendedores, a empresa deve elaborar um Plano de remuneração atraente...)

Supervisão dos vendedores (Vendedores novos precisam bem mais do que território, remuneração e treinamento – necessitam de supervisão. Por meio da supervisão, a empresa *orienta e motiva* a força de vendas para que realize um trabalho melhor.)

Avaliação dos vendedores (...A fonte mais importante é o *relatório de vendas*, que deve incluir planos de trabalho semanais ou mensais...fazem *relatórios de visita* em que descrevem suas atividades detalhadamente e apresentam *relatórios de despesas*, pelos quais podem receber reembolso parcial ou total.

2.3.5 Marketing Direto

O marketing direto, segundo Ferreira (1995, p.191), é "um sistema interativo de marketing, que utiliza uma ou mais mídias para produzir um efeito mensurável em termos de respostas e/ou transações em qualquer local". Bacon (1994, p.21) aponta como princípios básicos do marketing direto o seguinte: requer a identificação precisa dos atuais clientes e/ou dos clientes potenciais da empresa; visa atingi-los de forma direta, sem o envolvimento de intermediários; utiliza-se de mensagem de venda que mostra os benefícios da oferta e propõe explicitamente uma resposta imediata e direta à oferta. Segundo ele, essa resposta pode ser na forma de um pedido de compra, de informações mais detalhadas, da devolução de um formulário preenchido, de uma chamada telefônica ou de uma visita à loja/empresa.

Algumas das vantagens e benefícios do marketing direto para a pequena empresa são:

Uma comunicação na qual a pequena empresa tem maior controle sobre a mídia e a mensagem; evita que a mensagem da pequena empresa concorra lado a lado com anúncios ou comerciais de ofertas concorrentes; por ser uma comunicação mais precisa, possibilita reduzir desperdícios com pessoas que não estão interessadas ou qualificadas para adquirir o produto; possibilita à pequena empresa se colocar, perante os clientes, em condições de igualdade com as empresas maiores; permite uma comunicação imediata, pessoal e personalizada; pode auxiliar a pequena empresa na construção de um banco de dados preciso e atualizado de clientes interessados; e é possível avaliar rápida e diretamente os resultados das ações.(Bacon,1994, p. 27-32).

Segundo Kotler (2003, p.447):

"as principais formas do marketing direto, são: venda pessoal (venda direta, tradicional); *telemarketing* (utilização do telefone para vender diretamente aos consumidores...); *mala-direta* (consiste em enviar uma oferta, anúncio ou lembrete ou outro item a uma pessoa em um endereço determinado); *catálogo* (segundo a revista Catalog Age, "é uma publicação impressa e encadernada com no mínimo oito folhas que anuncia a venda de múltiplos produtos e oferece um mecanismo de colocação direta de pedidos"...hoje essa definição está desatualizada, com o advento da internet um número cada vez maior está se tornando eletrônico.); *tele vendas* (propaganda interativa e canais ou programas de tele vendas); *terminais multimídia* (máquinas que fornecem informações e tiram pedidos) e *marketing on-line* (realizado por meio de sistemas interativos de computadores on-line que ligam os consumidores com os vendedores por meios eletrônicos."

2.3.6 Padrões de Moradia

Segundo (KOTLER, 1995, p.165)

O "lar tradicional" consiste de marido, mulher e filhos (e algumas vezes avós). No entanto, atualmente nos Estados Unidos uma em cada oito residências é 'diferente' ou 'não-tradicional'. Há solteiros que vivem sozinhos, casais homo ou heterossexuais que apenas moram juntos, famílias com um único filho, casais sem filhos e casais que já não vivem com os filhos. Um número maior de pessoas está se separando, outros preferem não se casar, outros se casam mais tarde ou casam-se sem a intenção de ter filhos. Cada grupo tem suas necessidades e hábitos de compra. As pessoas solteiras, separadas ou viúvas precisam de apartamentos menores; de eletrodomésticos e de móveis mais baratos e menores, e de alimentos embalados em porções menores. Os profissionais de marketing devem levar mais em consideração as necessidades específicas de lares não-tradicionais, porque eles estão crescendo mais rapidamente que os lares tradicionais.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Para estudar a viabilidade do empreendimento se fez necessário verificar a viabilidade mercadológica, através da pesquisa de mercado, a viabilidade técnica do projeto, através de um estudo e descrição do processo de produção e da planta, a viabilidade financeira, através de um estudo de fontes e usos, receitas, custos e despesas e a viabilidade econômica, através da análise do ponto de equilíbrio do projeto.

3.1 PESQUISA DE MERCADO

A viabilidade mercadológica foi investigada mediante uma pesquisa de mercado encomendada a junto a Empresa JR Consultoria, empresa Junior formada pelos alunos do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná – UFPR, uma pesquisa de campo para identificar a aceitação do novo móvel, o perfil sócio-econômico do entrevistado e o potencial de mercado.

Após reuniões prévias onde se discutiram alguns aspectos da pesquisa, delimitando o campo de estudo, o perfil do entrevistado, etc, a JR Consultoria definiu através de metodologia específica o tamanho da amostra a ser pesquisada para representar o universo de potenciais consumidores.

Abaixo, um relatório parcial elaborado pela JR Consultoria – UFPR, com informações sobre a amostra do universo pesquisado, no qual se estabeleceu o número de 323 questionários a serem aplicados na cidade de Curitiba/PR.

O tipo de amostra é a amostra não probabilística, aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo. Não há nenhuma chance conhecida de que um elemento qualquer da população venha fazer parte da amostra.

Nesse caso, a amostra representa indivíduos das classes “B” e “C” que, preferencialmente, morem em conjuntos residenciais com até 80 m² e que não contemplem em seus projetos locais exclusivos como closets e dependências extras. O padrão utilizado para definir as classes “B” e “C” é o da Associação Brasileira de Anunciantes - ABA e da Associação Nacional de Empresas de Pesquisa - ANEP.

A amostra é de 323 entrevistados, representantes das classes já citadas. Essas pessoas serão abordadas através de um questionário que será aplicado em forma de entrevista pessoal individual.

A amostragem adotada foi não probabilística por ser impossível determinar adequadamente toda a população e, mesmo sendo possível, seria caro demais fazer o sorteio da amostra. Nestes casos, se fez uma amostragem não probabilística por quotas (as classes "B" e "C" devem ter na amostra a mesma percentagem que tem na população estimada), e a seleção foi realizada por conveniência, ou seja, foram visitados os locais mais prováveis de existência de famílias nas situações especificadas (classes B e C que residem em apartamentos sem closet).

Por se tratar de uma população de tamanho bastante grande (seguramente acima de 100.000) pessoas, podemos considerar esta população infinita de forma que a fórmula para determinar o tamanho da amostra não necessitará do ajuste para população finita.

A fórmula de tamanho da amostra é universalmente utilizada, sendo utilizada a fórmula para variáveis nominais ou ordinais (no caso foi estabelecida como variável mais importante a intenção de aquisição ou não do produto em análise, e considerado o caso limite de intenção, 50%).

A fórmula é dada pela expressão

$$N = Z^2 \cdot p \cdot q / h^2$$

Onde:

n = tamanho da amostra

Z = nível de confiança escolhido pelo pesquisador (no caso se utilizou Z = 1,96 ou 95% de confiança).

p = percentual de clientes com intenção de comprar o produto

q = percentual de clientes sem intenção de comprar o produto

h = margem de erro admitida para o percentual de p.

Devemos observar que foi adotado o caso limite do produto p * q, quando p = 50% (0,50). Neste caso p * q vale 0,25. Em qualquer outra situação, o produto p * q será menor, resultando em amostra necessária também menor.

3.2 LOCALIZAÇÃO

Este empreendimento utiliza como matéria-prima principal a madeira beneficiada, a qual é encontrada com grande facilidade em Curitiba e RMC, e muito próximo ao mercado consumidor. Esses fatores tornam o empreendimento, segundo Holanda, N. (1974, P.211) de "Localização Independente ou Especial, na medida em que as matérias-primas e produtos finais têm um alto valor específico, as indústrias se caracterizam como de localização independente, com relação ao fator transporte."

Existem diversas alternativas igualmente favoráveis do ponto de vista do acesso aos mercados e as fontes de matérias-primas e por se tratar de uma indústria de beneficiamento intermediário¹², pois independe de localização junto a mercados ou fontes de matérias-primas, possuem uma relativa independência locacional.

Também se levou em conta outros fatores relativos a "classificação das forças locacionais, como: distância ao mercado, volume de tráfego, facilidade de acesso, independência de mão-de-obra especializada, políticas desenvolvimento industrial, disponibilidade de terrenos e edifícios e favores fiscais e financeiros" (Holanda, N. 1974, p. 200).

3.3 SISTEMA DE PRODUÇÃO

A Viabilidade Técnica foi analisada mediante ao estudo do processo de produção e do lay-out. Procurou-se otimizar a utilização dos materiais e equipamentos, racionalizando o uso da mão-de-obra, evitando desgastes, acidentes, e preservando a saúde e segurança do trabalhador.

3.3.1 Processos

Segundo o SEBRAE (www.sebraepr.com.br) um processo "é constituído por uma série de atividades que se organizam sistematicamente para produzir, com eficiência, os diferentes produtos e serviços para a satisfação dos clientes".

¹ Entende-se por beneficiamento diário: "A localização de uma unidade produtora está voltada ou para o mercado, ou para as fontes de matérias-primas, em outras, não tem dependência rígida de localização o que lhes permite escolhas mais racionais, em função de benefícios que uma dada localização enseja: existência de mão-de-obra qualificada, redes de água e esgoto, menores taxas de salários, etc.

Ao planejar um negócio o empreendedor deverá estruturar cada uma dessas atividades, buscando conhecer todos os fatores necessários à operacionalização da empresa, chamado de *Processos da Cadeia Básica de Valor*, que são os processos que se organizam em um fluxo contínuo, desde as entradas de materiais e insumos até a saída de produtos acabados.

3.3.2 Estudo da Planta

Layout pode ser definido como o planejamento e integração dos meios que concorrem para a produção obter a mais eficiente e econômica inter-relação entre homem, equipamento e movimentação de materiais dentro de um espaço físico disponível.

Layout ou Arranjo Físico é o modo pelo qual máquina, recursos humanos e materiais são distribuídos dentro das divisões, departamentos e seções de uma fábrica.

Movimentação de Materiais refere-se a todos os materiais movimentados em um processo produtivo, dentro de um *Layout*, é a base para todo o projeto de Arranjo Físico (*Layout*), bem como para a eficiência dos Processos de Produção da empresa.

Pode ser dito que a Movimentação de Materiais é uma das principais atividades em toda a Indústria Moveleira

Toda empresa pode reduzir os custos de manuseio estudando o arranjo físico e a seqüência de processamento, e rearranjando a fábrica (*layout*) de forma a ter um transporte total mínimo para cada peça ou material. Além disso, é possível acelerar o fluxo de materiais, reduzir acidentes ocasionais e eliminar "gargalos" na movimentação.

No planejamento de uma nova fábrica, é possível evitar custos de movimentação interna pelo estudo cuidadoso do arranjo físico (*layout*) antes de começar a produção. Se a fábrica já estiver construída, há pouco o que se fazer quanto a localização de vigas e outros obstáculos estruturais ou quanto a certos equipamentos especiais, mas deve-se ter em mente as necessidades futuras quando planejar mudanças.

Na movimentação de materiais uma atividade fundamental é a Segurança, pois muitos acidentes ocorrem nessas operações. Desta maneira o pessoal de movimentação de materiais e trabalhadores em geral devem priorizar a segurança, seguindo as normas e utilizando equipamentos de proteção individual.

(³)

3.4 ASPECTOS FINANCEIROS

3.4.1 Orçamento dos Investimentos Fixos

No orçamento dos investimentos fixos são destacados os valores para aquisição das máquinas e equipamentos necessários para a execução da produção, bem como dos móveis e utensílios que serão utilizados pelo setor administrativo da empresa.

Para adquirir esses equipamentos a Empresa contará com um investimento através de linha de crédito especial, com prazo de pagamento de 60 meses, conforme TABELA 5 A.

3.4.2 Orçamentos Operacionais

O orçamento dos custos, receitas e despesas foram elaborados em três hipóteses: otimista, mais provável e pessimista.

A hipótese otimista é na qual a produção atinge a meta fixada ainda no período de planejamento, satisfazendo todas as pré-condições do projeto, como: desempenho da mão-de-obra, movimentação de matéria-prima e produtos acabados e produção eficiente.

Na hipótese mais provável mesmo não atingindo a meta fixada, a produção está dentro de um padrão aceitável, apresentando um desempenho satisfatório em relação à meta inicialmente projetada no qual existe um equilíbrio nas receitas e despesas e ainda apresenta uma boa margem de lucro.

³ Adaptado: "Princípio de Layout e Movimentação de Materiais na Indústria Moveleira" SENAI, in Adequação de Plantas fabris – Movimentação de Materiais, Curitiba: SENAI.

Já a hipótese pessimista serve como sinal de alerta para o empreendedor, pois mesmo que não apresente um prejuízo, demonstra um panorama pouco favorável, que a empresa deve evitar a todo custo, pois significa que o gerenciamento apresenta falhas em um ou mais setores, necessitando uma intervenção imediata.

A capacidade de produção projetada para o tamanho da planta é de 600 unidades/mês. Foi previsto no projeto, que no primeiro ano a indústria trabalharia com 66% de sua capacidade, ou seja, 400 unidades/mês; esta então é a projeção otimista, sendo estipulado para a projeção pessimista 200 unidades/mês e para projeção mais provável 320 unidades/mês. Em todas projeções foram utilizados os mesmos recursos materiais e humanos conforme demonstrado nas tabelas em apenso. Com os dados levantados, foram elaboradas planilhas de DRE, Fluxo de Caixa, Projeções de Vendas, etc.

3.4.3 Análise do Projeto

3.4.3.1 Ponto de equilíbrio

Do ponto de vista do planejamento empresarial, a análise do Ponto de Equilíbrio representa um dos instrumentos gerenciais mais importantes. A partir desse instrumento geram-se subsídios para a definição das metas de receitas e despesas da organização. A análise do Ponto de Equilíbrio ajuda a tomar decisões importantes, como volume a ser vendido e nível adequado de despesas fixas.

O Ponto de Equilíbrio é o nível de produção e vendas suficientes para igualar receitas e custos. Se o nível de vendas está abaixo do Ponto de Equilíbrio, significa que o total de receitas é insuficiente para cobrir todos os custos fixos e variáveis, ou seja, o custo total.

3.4.3.2 Payback time

O Payback mede o tempo necessário para que o capital investido na empresa seja recuperado. Ele é visto também como medida de risco. Quanto mais tempo a empresa precisar esperar para recuperar o seu investimento, maior a

possibilidade de perda. Portanto, quanto menor for o payback, menor será a exposição da empresa ao risco.

3.4.3.3 Valor presente líquido

O Valor Presente Líquido (VPL) concentra todos os valores esperados de um fluxo de caixa na data zero. Para tal, utiliza-se como taxa de desconto a TMA – Taxa Mínima de Atratividade de investidores em potencial.

3.4.3.4 Taxa interna de retorno

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é a taxa que torna o valor presente líquido (VPL) de um fluxo de caixa igual a zero, este cálculo teve por objetivo a comparação com a TMA, ou custo de oportunidade, de investidores em potencial.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

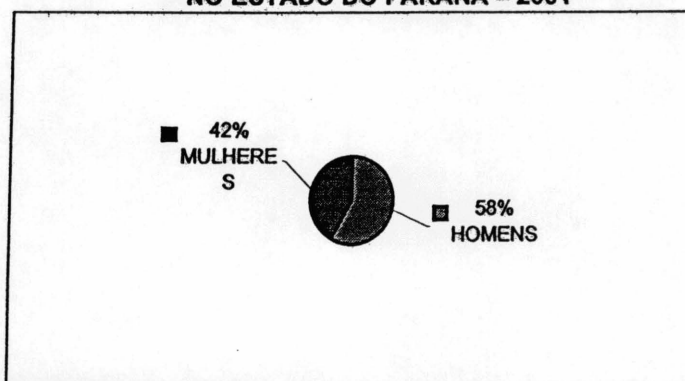
4.1 POTENCIAL DE MERCADO

4.1.1 Estudo Demográfico na Região Pretendida

Segundo Kotler (2000, p.152) “as características demográficas são baseadas na idade, sexo, tamanho da família, ciclo de vida da família, renda, ocupação, formação educacional, religião, raça e nacionalidade, como variáveis facilitadoras da mensuração do mercado”.

Dados extraídos da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2001/IBGE, indicavam que existiam 9.704.818 pessoas no Estado do Paraná e 2.815.628 pessoas na Região Metropolitana de Curitiba – RMC, residentes em domicílios particulares, sendo que a população economicamente ativa no Estado do Paraná, totalizava 5.115.956 pessoas, sendo: 2.971.736 homens (58,09%) e 2.144.220 mulheres (41,91 %).

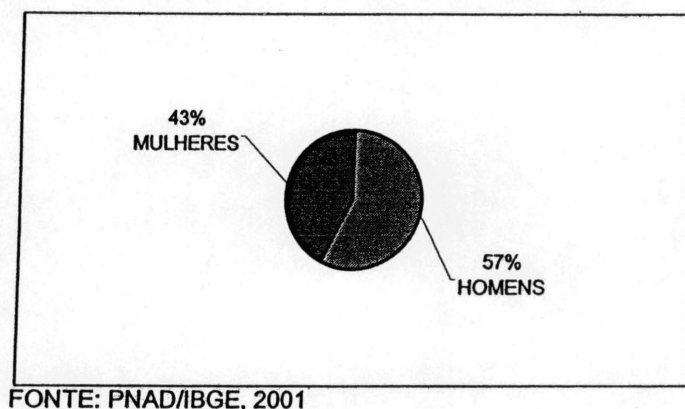
**GRÁFICO 2 - POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA
NO ESTADO DO PARANÁ – 2001**



FONTE: PNAD/IBGE, 2001

A Região Metropolitana de Curitiba - RMC contava com uma população economicamente ativa de 1.464.690 pessoas, sendo: 840.566 homens (57,39%) e 624.124 mulheres (42,61 %).

GRÁFICO 3 – POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA - 2001



O rendimento médio no Estado do Paraná da população masculina era cerca de R\$ 728,80 e da população feminina de R\$ 449,90. Já na Região Metropolitana de Curitiba – RMC, o Rendimento médio era de R\$ 908,60 para a população masculina e R\$ 558,60 para a população feminina.

Os domicílios urbanos no Estado do Paraná “por tipo” totalizam 2.329.278, sendo 2.084.704 (89,5%) de casas, 242.245 (10,4%) de apartamentos e 4.659 (0,2%) de um cômodo.

Na Região Metropolitana de Curitiba – RMC, os números são: Total de 738.541, sendo 617.420 (83,6%) casas e 120.382 (16,3%) apartamentos e 739 (0,1%) de apenas um cômodo.

Em relação ao rendimento mensal domiciliar per capita em salário mínimo, na faixa de renda equivalente a mais de meio salário mínimo até três salários mínimo, são semelhantes os percentuais relativos a RMC e o Estado do Paraná, entretanto, nas faixas de até meio salário mínimo e acima de três salários mínimo visualiza-se uma maior distorção na distribuição de renda.

De acordo com a mesma pesquisa, o número médio de pessoas residentes em domicílios urbanos é de 3,4 pessoas no Estado do Paraná e de 3,5 pessoas na Região Metropolitana de Curitiba – RMC, conforme demonstra a tabela abaixo.

TABELA 4 - DOMICÍLIOS URBANOS E RESPECTIVA RENDA DOMICILIAR EM SALÁRIO MÍNIMO NO ESTADO DO PARANÁ E REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA EM 2001.

RENDIMENTO MENSAL DOMICILIAR PER CAPITA EM SALÁRIO MÍNIMO – S.M.	PARANÁ		RMC	
Total de domicílios urbanos	2.329.278	%	738.541	%
Até ½ S.M.	342.404	14,7%	70.161	9,5%
Mais de ½ até 1 S.M.	570.673	24,5%	147.708	20,0%
Mais de 1 até 2 S.M.	638.222	27,4%	195.713	26,5%
Mais de 2 até 3 S.M.	274.855	11,8%	108.566	14,7%
Mais de 3 até 5 S.M.	207.306	8,9%	84.194	11,4%
Mais de 5 S.M.	216.623	9,3	104.134	14,1%

FONTE: PNAD/IBGE, 2001

Os dados demonstram que: a taxa de população masculina e feminina da Região Metropolitana de Curitiba é proporcional a taxa da população do Estado do Paraná, porém, o rendimento médio da população masculina e feminina da RMC é cerca de 24% maior e que cerca de 16% dessa população vive em apartamentos na RMC e que 40%, quase trezentas mil, dos domicílios situados na RMC são habitados por um milhão de pessoas com rendimentos mensais acima de dois salários mínimos.

4.1.2 Pesquisa de Mercado

Diante da necessidade de se conhecer o potencial do mercado consumidor e de analisar seu perfil, optou-se por realizar uma pesquisa de campo, sendo contratado os serviços da Empresa JR Consultoria, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, que aplicaram questionários (apenso 1), na cidade de Curitiba. O mesmo foi aprimorado e adequado às normas e aos padrões técnicos de pesquisa, pela Empresa JR Consultoria.

Segundo CLEMENTE (2002-70), "*estudo de mercado é o esforço orientado para antever preços e quantidades a serem compradas ou vendidas e perscrutar quanto às possibilidades de obter resultados compensadores tanto para investimentos empresariais quanto para investimentos públicos.*"

4.1.2.1 Considerações referentes à pesquisa de mercado

O estudo foi feito com o objetivo de avaliar a viabilidade de um novo produto (sapateira), assim, vários fatores foram avaliados para tornar possível essa análise.

Foi constatado que a maioria das pessoas possui cônjuge (70,2%), esse é um dado positivo, pois são duas pessoas que usam o mesmo espaço para guardar os calçados. Outro dado importante é que 71,8% possuem pelo menos um filho ou uma filha que usam em média 6,474 pares de calçados.

Como esperado, a dependência mais utilizada para guardar os calçados é o quarto, como se trata de um móvel com as características de um armário, este é um fator positivo. Porém uma grande parcela 14,11% guarda seus calçados na área de serviço, assim talvez o espelho não fosse apropriado neste caso.

Uma grande parcela dos entrevistados (36,5%) já possuem um móvel exclusivo para guardar os calçados, porém foi constatado que esse fator não influi no interesse na compra de um novo móvel, desses a maioria possui sapateira (54,62%) e uma parcela significativa (8,40%) diz guardar os calçados em uma estante, que é um móvel aberto (característica apontada como um problema). Com relação aos problemas citados pelos entrevistados que possuem sapateira, a maioria se refere ao tamanho: 42,42% consideram o móvel pequeno e 18,18% consideram o móvel grande.

Baseando-se na probabilidade de compra pode-se ver uma aceitação positiva já que 27,61% provavelmente comprariam e 7,06% definitivamente comprariam o móvel. Outro índice positivo é o valor agregado já que 49,39% acredita que o móvel vale mais de R\$151,00.

Através do estudo feito foi possível esboçar um perfil de quem seria o público alvo: são pessoas que, não importando o sexo, têm mais de trinta anos, possuem, no mínimo, Ensino Médio completo, moram em domicílios de três a quatro moradores, sendo que, quando se trata de uma casa com quatro moradores a média do número total de calçados na casa é de 22,30 pares. A maioria guarda seus calçados no quarto e pode ou não possuir um móvel exclusivo (esse fator não influencia na compra de um novo móvel).

4.2 PLANO DE LANÇAMENTO

4.2.1 Perfil da Empresa

Uma pequena indústria de móveis que apresenta ao mercado um produto inédito, de utilidade, decorativo e de baixo valor agregado, que segue a tendência de mercado em relação ao aproveitamento de espaços.

Missão

"Desenvolver, produzir e comercializar móveis de utilidade, atendendo um mercado que busca como diferencial o trinômio: utilidade, decoração e baixo custo, estando atentos as inovações e respeitando o meio ambiente, o indivíduo e a sociedade".

Visão

"Ser reconhecida como empresa fabricante de móveis de utilidade líder no seu segmento de atuação, com vocação de crescimento sustentado e em busca de novas tecnologias".

Diretrizes

- Crescimento da empresa sustentado no comportamento ético
- Compromisso com a melhoria contínua da qualidade e confiabilidade dos serviços
- Respeito e desenvolvimento do indivíduo
- Trabalho em equipe com visão sistêmica, com profissionais competentes e motivados, que vibrem com o entusiasmo do cliente.

4.2.2 Estratégias de Marketing

A atuação de marketing prevê ações diversificadas, utilizando-se de diversas mídias como: anúncios em jornais, fixação de cartazes, banners e

distribuição de panfletos, com o objetivo de informar sobre o lançamento do produto, seus diferenciais, os seus benefícios e como e onde adquiri-los.

4.2.2.1 Produto

Refere-se a presente concepção a um móvel que pode ser utilizado de forma suspensa ou não, em pequenos espaços, servindo de decoração em paredes vazias, ou combinando com os demais móveis de variados ambientes, como: quartos, banheiros, closets, áreas de serviço e circulação, etc. (ANEXO 5)

Devido a facilidade de adaptá-lo a diversos tamanhos, por possuir a parte interna modulável, proporciona diversas seqüências de apresentação dos calçados, sendo esta a inovação deste móvel, pois permite o usuário visualizar os calçados (FIGURA 3) por um ângulo lateral, proporcionando uma visão quase completa dos mesmos, permitindo identificar o tipo, modelo, cor, marca, etc., do calçado desejado.

No desenho em anexo (FIGURA 1), apresenta-se uma sugestão de modelo, suspenso e chumbado a parede com parafusos e buchas, possuindo prateleiras (2), dispostas em par (lado a lado) e uma sobre a outra. As laterais internas (3) do móvel e a divisão central (4), possuem "sulcos" (5) em seqüência para o encaixe e ajuste das prateleiras (2), proporcionando inúmeras opções de divisões internas, necessárias para acomodar os diversos tipos de calçados (FIGURA 3). A parte frontal do móvel neste modelo (FIGURA 2), é composta de uma porta com espelho (6) acoplado, permitindo tornar o móvel uma opção ornamental, de utilidade e combinando com os mais diversos ambientes.

Materiais e acabamentos

O material básico utilizado no modelo é o painel de compensado, com acabamento artesanal (pintura e verniz) podendo ser também utilizados painéis de MDF ou aglomerado com pintura padrão madeira (impressão) em diversas tonalidades e com aplicação de verniz UV alto brilho.

Na parte interna do móvel (prateleiras, sulcos e divisórias) é confeccionado utilizando-se de painel MDF "natural" de 6 mm, com acabamento em verniz incolor. Possui dois (2) orifícios para respiro antimofa (9).

Na porta também são utilizados painéis de compensado com acabamento em molduras de madeira de pinus (12), podendo também ser adaptado uma porta de alumínio, seguindo algumas tendências. Possui três (3) dobradiças plástico/metal de baixa pressão (10) e fechadura macho-fêmea, tipo fecho tolete (11) e espelho.

Alternativas

O modelo apresentado possui capacidade para cerca de dez (10) pares de calçados, atendendo a demanda semanal de um sapato por dia de trabalho de uma pessoa, mas devido a sua inovação, pode sofrer algumas alterações a fim de atender os mais diversos perfis de consumidor.

É possível fabricar outros modelos de maior capacidade, para quinze (15) e vinte (20) pares de calçados, alterando somente as dimensões de "comprimento" ou alterando a "profundidade", onde em cada divisão acomoda-se um (1) par de calçado.

Cabe ressaltar que mesmo com essas alterações no "comprimento" e na "profundidade", o móvel não perde as suas características de inovação, utilidade e decoração.

4.2.2.2 Público Alvo

O público alvo está direcionado a moradores em apartamentos com pouco espaço, com até 80 m², os quais, caracteristicamente não contemplam em seus projetos, locais exclusivos como: closets, dependências extras, lavanderias amplas, áreas de serviço, etc., pertencentes às classes "B e C", que procuram praticidade no seu dia-a-dia e residem na cidade de Curitiba e Região Metropolitana.

É o método do qual se utiliza uma ou mais mídias que fornecem um efeito mensurável. A empresa deverá construir um banco de dados preciso e atualizado, possibilitando avaliar de forma rápida e direta os resultados das ações.

4.2.2.3 Orçamento dos custos de lançamento

O investimento inicial foi definido pela disponibilidade financeira e deverá ter o devido acompanhamento para que possa servir de parâmetro para as demais ações de marketing. Para isso, será adotado o método de Marketing Direto.

QUADRO 2 – AÇÕES DE PROPAGANDA E RECURSOS FINANCEIROS DESTINADOS AO LANÇAMENTO DO PRODUTO NO MERCADO

AÇÕES DE PROPAGANDA E MARKETING	RECURSOS FINANCEIROS	
Anúncios em jornais de grande circulação ¹	R\$	9.424,00
Anúncios em jornais de bairros em forma de patrocínio	R\$	3.000,00
Panfletos (10.000 unidades)	R\$	1.000,00
Cartões (2.000 unidades)	R\$	600,00
Banners (10 unidades)	R\$	300,00
Cartazes (100 unidades)	R\$	200,00
Anúncio em Website	R\$	476,00
TOTAL	R\$	15.000,00

¹ veiculação de anúncios no Jornal Gazeta do Povo, na seção Arquitetura e Decoração e Classificados, semanalmente e no Jornal Estado do Paraná, no caderno de economia, diariamente, pelo período de 60 dias.

Os recursos acima, com exceção dos aplicados em anúncios em jornais de grande circulação e anúncio em website, têm o objetivo de divulgar a inovação do produto e a marca. Visa atender um público específico de um determinado local (condomínio) onde serão realizadas ações de marketing e venda direta.

Essas ações têm por objetivo estabelecer uma comunicação com os potenciais clientes a custos baixos, realçando a imagem da empresa, promovendo o produto e obtendo feedback do cliente. Juntamente estará ofertando um suporte aos clientes na hora da compra, como: informações sobre o produto, preços, condições de pagamento, atendimento com qualidade e também serviços pós-vendas, como: entrega, montagem e instalação, disponibilizando um Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC.

4.2.2.4 Logomarcas e slogans

FIGURA 1 SUGESTÃO DE LOGOMARCA - 1



FIGURA 2- SUGESTÃO DE LOGOMARCA - 2



Um sapato masculino e um feminino, lado a lado, dentro de um coração e a frase:

"Guarde seus calçados com carinho na Sapateira Certa. Eles merecem."

"Quem ama seus calçados tem a Sapateira Certa"

A marca da sola de um sapato masculino e as seguintes frases:

"Sapateira Certa. O lugar certo para seus calçados."

"Lugar de calçados é na Sapateira Certa."

4.3 PLANO DE PRODUÇÃO

A matéria-prima e demais materiais, seguirão para a linha de produção (corte, lixa, montagem, acabamento, controle de qualidade e embalagem) observando o fluxograma definido pela área técnica, devendo o produto estar no final desta operação, apto para comercialização e então encaminhado ao Setor de Expedição.

Abaixo, destaca-se a etapa a ser seguida pela indústria, adaptadas a um processo de fluxo contínuo:

a) Logística de Entrada

As entradas de matéria-prima e produtos semi-acabados se darão através do Setor de Almoxarifado, que terá como atribuição:

- conferir se os materiais estão de acordo com o especificado nos pedidos (quantidade, qualidade, valor, cor, etc.).
- conferir as notas fiscais de entrada se estão em conformidade com os pedidos e se foram emitidas corretamente obedecendo a legislação fiscal.
- dar entrada dos materiais no Sistema de Estoque e gerir o seu controle de entrada e saída.
- Devolver os materiais e notas fiscais que não estiverem corretos.
- Armazenar os materiais em seus devidos locais, observando critérios de segurança e praticidade de locomoção.

b) Logística de saída

Envolve o Setor de Expedição que terá como atribuição:

- recebimento do produto embalado individualmente do setor de operação
- armazenar adequadamente os produtos de acordo com as suas especificações
- receber os pedidos, separar os produtos, providenciar o transporte e processar a liberação.

c) Marketing e vendas

Elaboração de estratégias de relacionamentos com consumidores, fornecedores e representantes, quanto à propaganda e vendas. Para divulgar as vantagens e diferenciais do produto, será utilizado o sistema de venda pessoal e propaganda.

A Venda pessoal exige relacionamento com o cliente que leve a fidelização e conforme Kotler, (2000, p.245), "venda envolve interação, seja face-a-face ou via telefone, garantindo feed back imediato". Com a venda pessoal direta é possível prospectar clientes potenciais e fontes de clientes. A prospecção de clientes será através da abordagem pessoal através de panfletos com esclarecimentos do móvel, ressaltando os diferenciais.

A propaganda, segundo Kotler (1994, p. 265) é qualquer forma de apresentação impessoal e de promoção de ideais ou serviços por um patrocinador identificado, de caráter público e universal.

d) Processos de Apoio

Infra-estrutura: O Setor Administrativo se encarregará das atividades financeiras, administrativas, de contabilidade e planejamento, integrado com o Setor Técnico e Setor de Produção.

Recursos humanos: Estará vinculado ao Setor Administrativo, sendo responsável pelas atividades de recrutamento, seleção, remuneração, treinamento e desenvolvimento dos funcionários.

Suprimentos: Vinculado aos setores técnico e administrativo, responsável pelas atividades de busca, seleção e manutenção de fornecedores, bem como aquisição e abastecimento de suprimentos.

Controle de qualidade: ao final de cada etapa de produção, entrega e montagem em domicílio, garantia, SAC e atendimento pós-venda.

e) Distribuição

O canal de distribuição da empresa será de nível zero, com canal direto, portanto a empresa não irá utilizar intermediários. Além disso, a empresa utilizará um único estabelecimento para prestar serviços, levando os clientes até as suas instalações (fábrica/show room) ou indo até seus clientes, através de vendedores.

f) Comercialização

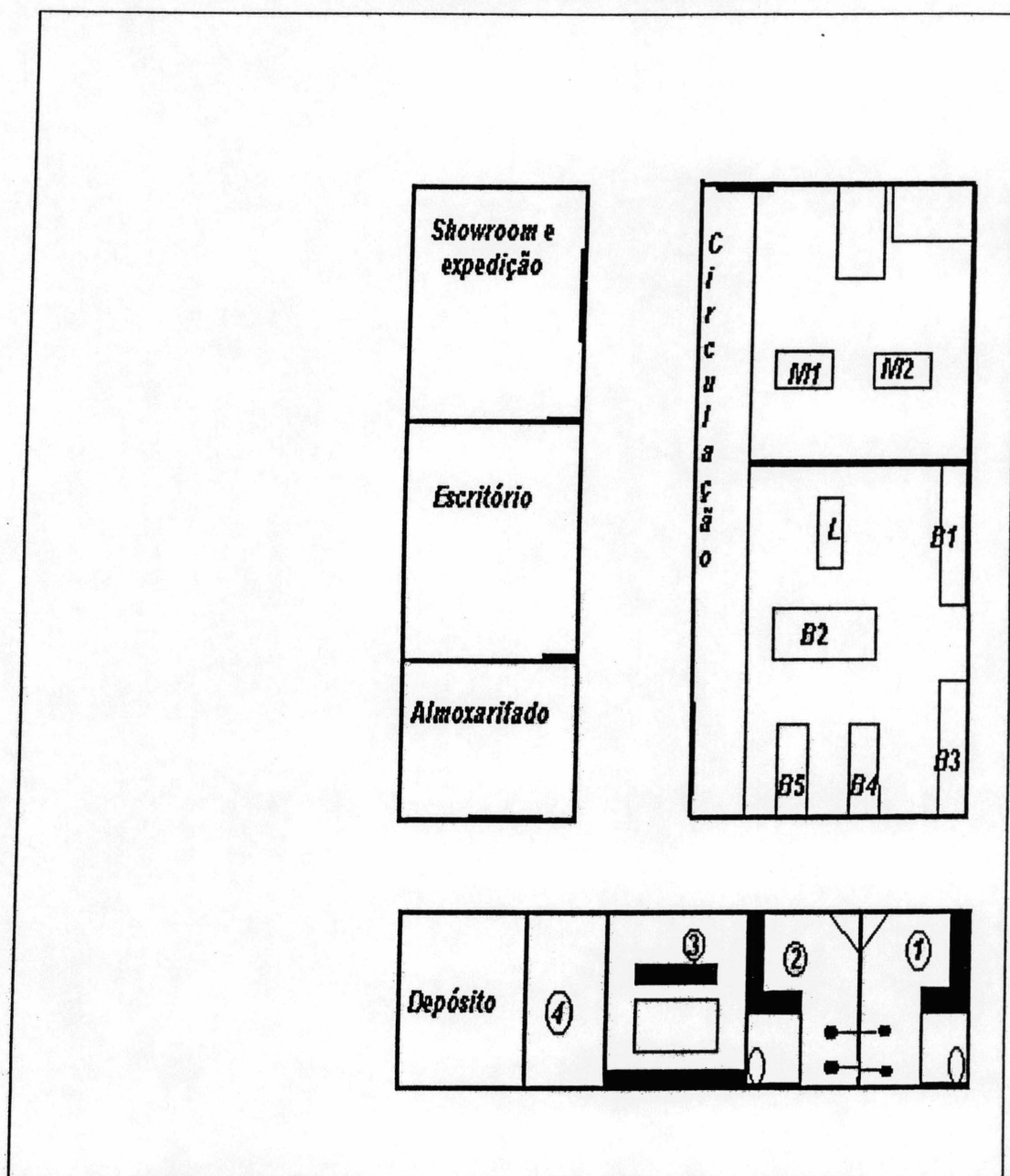
A comercialização será realizada através de vendas diretas e através de representantes regionais comissionados. Prazos de venda de 30/60 dias no varejo e 15/30 dias no atacado. A comissão dos representantes será em torno de 6%, como estará livre de impostos equivalerá cerca de 7,4%.

g) Pós-Vendas

Instalação no local indicado pelo cliente, garantia em defeitos de fabricação, Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC, através de Caixa Postal, Telefone, ou Web mail.

4.3.1 Layout da empresa

FIGURA 3 – LAYOUT DA EMPRESA

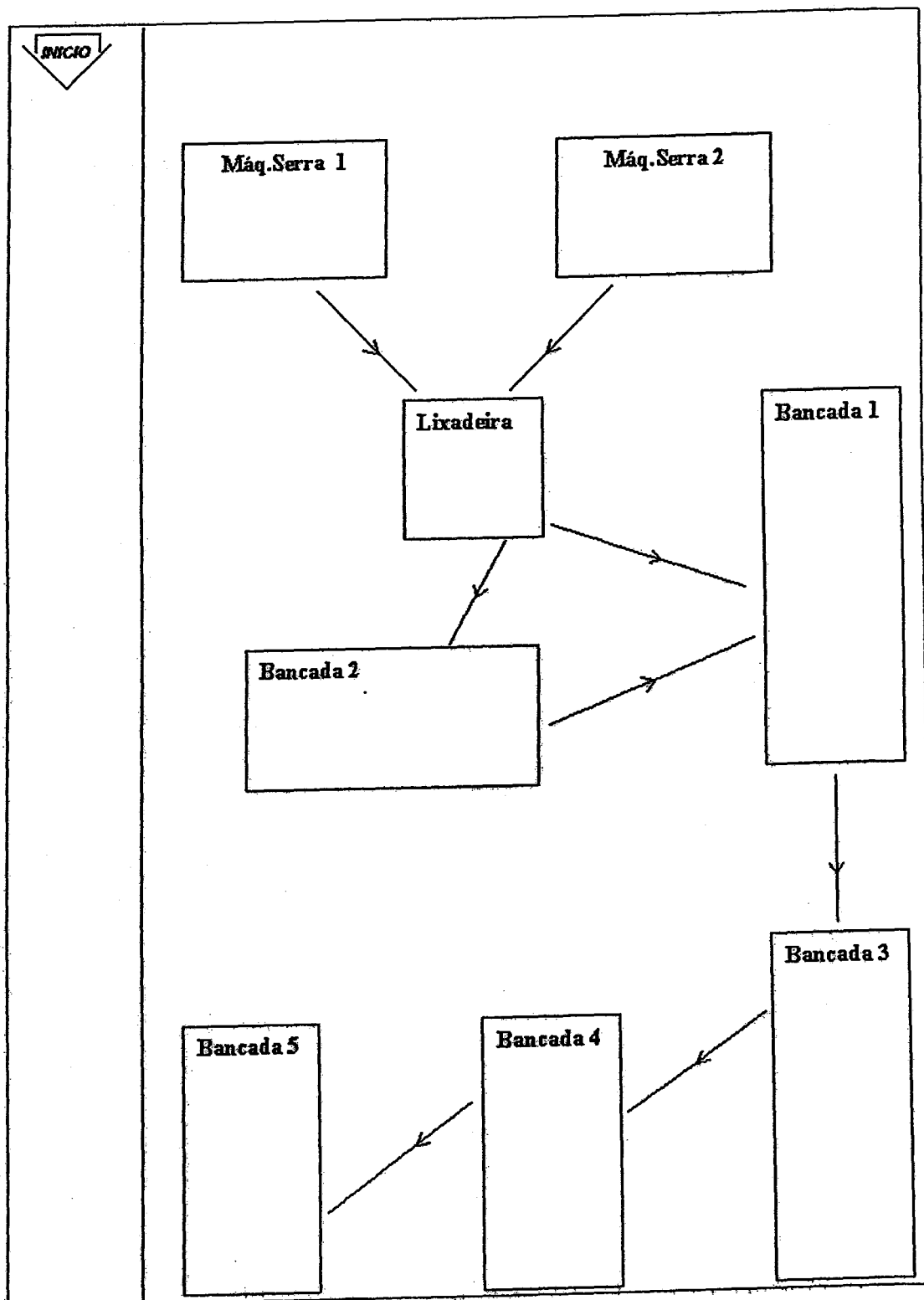


- Área construída de aproximadamente 300 m² e terreno de 600 m², com um pequeno pátio para estacionamento e área para embarque e desembarque de mercadorias.

- 1) Vestiário masculino
- 2) Vestiário feminino
- 3) Refeitório
- 4) Bicicletário

4.3.2 Layout do Processo de Produção

FIGURA 4 – LAYOUT DO PROCESSO DE PRODUÇÃO



4.4 ORÇAMENTOS

No orçamento deste projeto está previsto um investimento inicial de R\$ 107.339,30, sendo R\$ 97.620,00 provenientes de financiamento bancário e R\$ 9.719,30 de capital próprio (TABELA 5 A). No investimento inicial, conforme quadro abaixo, estão previstas diversas despesas necessárias para o início da atividade industrial. As despesas estão detalhadas em quadros em apenso.

TABELA 5 - INVESTIMENTO INICIAL

Adaptação do imóvel		3.000,00
Aquisição de um automóvel utilitário usado	(TABELA 19)	10.000,00
Aquisição de duas motocicletas usadas	(TABELA 19)	9.000,00
Máquinas e equipamentos	(TABELA 15)	19.410,00
Equipamentos de informática	(TABELA 17)	5.650,00
Móveis (mobiliário + instalações)	(TABELA 16 E 18)	1.670,00
Matéria-Prima (p/400 peças)	(TABELA 13 x 400 UNID.)	42.352,60
Custo de divulgação (diversas mídias)		15.000,00
Despesas p/abertura da empresa		300,00
Aquisição de ferramentas	(TABELA 14)	956,00
TOTAL		107.339,30

A TABELA 5 A, abaixo se refere as fontes de recursos do presente projeto, sendo que do total de R\$ 107.339,30, foram obtidos através de linha de crédito bancário.

TABELA 5 A – FONTES DOS RECURSOS E PLANILHA DE AMORTIZAÇÃO

PRINCIPAL	R\$	97.620,00
JUROS	%	1,60
PRAZO	meses	60
CRÉDITO	R\$	97.620,00
TOTAL JUROS	R\$	55.485,59
PARCELAS	60 / R\$	2.546,76
CAPITAL PRÓPRIO	R\$	9.719,30

Taxa 1,605707		Período:			
Nº Parcelas	Saldo Inicial	Juros	Prestação	Saldo Final	Capital Amortizado
1	0,00	0,00	0,00	97.620,00	0,00
2	97.620,00	1.567,49	2.546,76	96.640,73	979,27
3	96.640,73	1.551,77	2.546,76	95.645,74	994,99
4	95.645,74	1.535,79	2.546,76	94.634,77	1.010,97
5	94.634,77	1.519,56	2.546,76	93.607,57	1.027,20
6	93.607,57	1.503,06	2.546,76	92.563,87	1.043,70
7	92.563,87	1.486,30	2.546,76	91.503,41	1.060,46
8	91.503,41	1.469,28	2.546,76	90.425,93	1.077,48
9	90.425,93	1.451,98	2.546,76	89.331,15	1.094,78
10	89.331,15	1.434,40	2.546,76	88.218,78	1.112,36
11	88.218,78	1.416,54	2.546,76	87.088,56	1.130,22
12	87.088,56	1.398,39	2.546,76	85.940,18	1.148,37
TOTAL		16.334,54			11.679,82

Do financiamento liberado de R\$ 97.620,00, foi amortizado no primeiro ano R\$ 11.679,00, ficando saldo a pagar a partir do segundo ano o valor de R\$ 85.940,20

Na tabela abaixo, relacionamos as despesas de custos fixos que não são vinculadas à cadeia produtiva, ou seja, são custos que serão desembolsados mensalmente independentemente de maior ou menor volume de produção.

Estão previstos aumentos de 10% ao final do 1º Quadrimestre e ** 5% ao final do 2º Quadrimestre, conforme valores anotados nas respectivas colunas, devido a reajustes salariais, de comissões, tarifas públicas e outras despesas.

TABELA 5 B - ORÇAMENTO DE CUSTOS FIXO

	TABELAS	1º QUAD.	2º QUAD. * 10%	3º QUAD. ** 5%
SALÁRIOS	(TABELA 20)	4.396,04	4.835,64	-
ENCARGOS SOCIAIS	(TABELA 20)	4.892,50	5.381,75	-
RETIRADA SÓCIOS (PRO-LABORE)	(TABELA 21)	4.000,00	4.400,00	-
ENCARGOS SOCIAIS S/ PRO-LABORE 20%	(TABELA 21)	800,00	880,00	-
HONORÁRIOS PROFISSIONAIS (CONTADOR)		276,00	303,60	-
DEPRECIÇÃO	(TABELA 22)	611,75	-	-
SEGUROS	(TABELA 23)	219,07	-	-
ALUGUEL/IPTU/SEGURO		1.500,00	-	-
IPVA/LICENCIAMENTO		100,00	-	-
ÁGUA E ESGOTO		90,00	99,00	103,95
TELEFONE/INTERNET/CELULAR		400,00	440,00	462,00
DESPESAS COM MANUTENÇÃO		179,67	-	-
CONSERVAÇÃO E LIMPEZA		100,00	110,00	115,50
MATERIAL DE ESCRITÓRIO		100,00	110,00	115,50
DESPESAS COM MARKETING		1.000,00	1.100,00	1.155,00
CONTRIBUIÇÃO/MENS.SINDICATO PATRONAL		276,00	303,60	-
TOTAL		18.340,96	-	-

TABELA 6 - PROJEÇÃO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS MENSAIS, MAIS PROVÁVEL

MÊS	VENDAS	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL	ANO II
MÊS 1	68.305,95	40.983,57	23.907,08	3.415,30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	68.305,95	0,00
MÊS 2	68.305,95	0	40.983,57	23.907,08	3.415,30	0	0	0	0	0	0	0	0	68.305,95	0,00
MÊS 3	68.305,95	0	0	40.983,57	23.907,08	3.415,30	0	0	0	0	0	0	0	68.305,95	0,00
MÊS 4	68.305,95	0	0	0	40.983,57	23.907,08	3.415,30	0	0	0	0	0	0	68.305,95	0,00
MÊS 5	75.136,55	0	0	0	0	45.081,93	26.297,79	3.756,83	0	0	0	0	0	75.136,55	0,00
MÊS 6	75.136,55	0	0	0	0	0	45.081,93	26.297,79	3.756,83	0	0	0	0	75.136,55	0,00
MÊS 7	75.136,55	0	0	0	0	0	0	45.081,93	26.297,79	3.756,83	0	0	0	75.136,55	0,00
MÊS 8	75.136,55	0	0	0	0	0	0	0	45.081,93	26.297,79	3.756,83	0	0	75.136,55	0,00
MÊS 9	78.893,37	0	0	0	0	0	0	0	0	47.336,02	27.612,68	3.944,67	0	78.893,37	0,00
MÊS 10	78.893,37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	47.336,02	27.612,68	3.944,67	78.893,37	0,00
MÊS 11	78.893,37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	47.336,02	27.612,68	74.948,70	3.944,67
MÊS 12	78.893,37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	47.336,02	47.336,02	31.557,35
TOTAL	889.343,48	40.983,57	64.890,65	68.305,95	68.305,95	72.404,31	74.795,02	75.136,55	75.136,55	77.390,64	78.705,53	78.893,37	78.893,37	853.841,46	35.502,02

TABELA 7 - PROJEÇÃO DE IMPOSTOS, COMISSÕES, ENCARGOS

MÊS	VENDAS	IMPOSTOS FED/EST	COMISSÕES SV VENDAS	ENCARGOS PRÓ- LABORE VENDAS
MÊS 1	68.305,95	0,00		
MÊS 2	68.305,95	4.427,01	4.098,36	819,67
MÊS 3	68.305,95	4.427,01	4.098,36	819,67
MÊS 4	68.305,95	4.427,01	4.098,36	819,67
MÊS 5	75.136,54	4.427,01	4.098,36	819,67
MÊS 6	75.136,54	4.939,71	4.508,19	901,64
MÊS 7	75.136,54	4.939,71	4.508,19	901,64
MÊS 8	75.136,54	4.939,71	4.508,19	901,64
MÊS 9	78.893,37	4.939,71	4.508,19	901,64
MÊS 10	78.893,37	5.221,70	4.733,60	946,72
MÊS 11	78.893,37	5.221,70	4.733,60	946,72
MÊS 12	78.893,37	5.221,70	4.733,60	946,72
ANO II		5.221,70	4.733,60	946,72

NOTA: Comissão sobre vendas (6%), Encargos Pró-Labore (20%), Impostos Federal e Estadual (alíquotas variáveis de 3% a 4,5%)

TABELA 8 - DRE, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL

DISCRIMINAÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL
1 RECEITA OPERACIONAL BRUTA	(TABELA 25)	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	68.305,95	818.883,37
2 (-) Redutores	(TABELA 25)	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	52.721,70
3 RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	(1 - 2)	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	63.878,94	766.161,67
4 CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(TABELA 26)	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	43.984,22	527.809,99
4.1 Insumos + Energia elétrica	(TABELA 20)	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	52.721,70
4.2 Salários	(TABELA 20)	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	52.721,70
4.3 Encargos Sociais e Benefícios	(TABELA 20)	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	58.710,25
4.4 Depreciações	(TABELA 22)	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	256,55	3.078,60
4.5 Seguros	(TABELA 23)	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	721,08
4.6 Despesas com manutenção	(TABELA 24)	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	923,64
4.7 Despesas com conservação e limpeza	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
5 LUCRO BRUTO (3-4)	(3-4)	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	19.894,72	239.351,68
6 DESPESAS OPERACIONAIS	(6.1-6.2+6.3)	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	14.076,93	168.883,37
6.1 DESPESAS ADMINISTRATIVAS	Pro-Labore dos Sócios	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	8.159,90	97.918,80
Encargos Sociais	(TABELA 21)	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
Honorários profissionais (Contador)	(TABELA 5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	3.312,00
Aluguel/ IPTU/ Seguro	(TABELA 5 B)	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	1.569,00	18.828,00
IPVAlcenciamento	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Consumo de Água e Esgoto	(TABELA 5 B)	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
Telefone/Internet/ Celular	(TABELA 5 B)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Despesas com material de escritório	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Depreciações	(TABELA 22)	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	4.262,52
Seguros	(TABELA 23)	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	1.907,76
Despesas com manutenção	(TABELA 24)	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	1.232,52
Contribuição/Mensalidade Sindicato Patronal *	(5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	3.312,00
Outras despesas		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.2 DESPESAS COMERCIAIS		5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	5.918,03	70.964,57
Comissões s/ vendas 6%	(TABELA 25)	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	49.180,32
Encargos sociais s/pro-labore vendas 20%	(TABELA 25)	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	9.784,25
Despesas com propagandas/promoções	(TABELA 5 B)	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
6.3 DESPESAS FINANCEIRAS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Juros sobre Empréstimo bancário	(TABELA 5 A)	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	70.013,58
7 LUCRO LÍQUIDO	(9 - 6)	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	5.817,79	70.013,58

Nota: * Recolhida mensalidade Sindicato Patronal a cada quatro meses e Contribuição Confederativa no mês de julho no valor de R\$ 315,00, conforme ANEXO 5.

TABELA 9 - FLUXO DE CAIXA MENSAL, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL

DISCRIMINAÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL ANO 1
1 ENTRADAS													
(2 + 3 + 4)	148.322,16	164.890,05	161.305,95	162.404,31	174.795,02	175.136,55	177.390,64	178.705,53	178.893,37	178.893,37	178.893,37	178.893,37	961.190,05
2 FINANCIAMENTO BANCÁRIO													
(TABELA 5 A)	97.620,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	97.620,00
3 CAPITAL PRÓPRIO													
(TABELA 5 A)	9.718,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.718,59
4 RECEBIMENTO DAS VENDAS													
(TABELA 6)	40.983,57	64.890,05	65.305,95	66.305,95	72.404,31	74.795,02	75.136,55	77.390,64	78.705,53	78.893,37	78.893,37	78.893,37	853.841,46
(6 + 7 + 8 + 9)	92.336,89	10.000,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	867.424,40
5 SAÍDAS													
(TABELA 5)	92.336,89	10.000,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.336,89
6 INVESTIMENTOS													
(TABELA 5)	0,00	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	4.427,01	51.724,05
7 DESPESAS VARIÁVEIS													
Impostos													
(TABELA 7)	0,00	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	819,67	9.725,40
Enc.sociais s/pro-labore vendas 20%													
(TABELA 7)	0,00	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	4.098,36	48.627,00
Comissões vendas 6%													
(TABELA 7)	0,00	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	34.202,07	405.807,57
Insumos + Energia elétrica													
(TABELA 26)	1.450,75	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.053,29	214.779,50
8 DESPESAS FIXAS													
Salários													
(TABELA 20)	0,00	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	51.433,94
Encargos Sociais													
(TABELA 20)	0,00	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	57.242,25
Seguros													
(TABELA 23)	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	2.628,84
Despesas com manutenção													
(TABELA 24)	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	2.156,16
Despesas com conservação e limpeza													
(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.302,00
Pro-Labore dos Sócios													
(TABELA 21)	0,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	48.800,00
Encargos Sociais s/pro-labore													
(TABELA 21)	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.360,00
Honorários profissionais (Contador)													
(TABELA 5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	3.332,80
Aluguel/PTU/Seguro													
(TABELA 5 B)	0,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.500,00
IPVA/Licenciamento													
(TABELA 5 B)	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.100,00
Consumo de Água e Esgoto													
(TABELA 5 B)	0,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.067,85
Telefone/Internet/Cellular													
(TABELA 5 B)	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.746,00
Despesas com material de escritório													
(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.302,00
Contrib./Mens.Sindicato Patronal													
(TABELA 5 B)	276,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.198,20
Outras despesas													
(TABELA 5 B)	0,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	11.865,00
Desp.c/propagandas/promoções													
(TABELA 5 B)	0,00	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	28.014,36
9 AMORTIZAÇÃO FINANCIAMENTO													
Empréstimo bancário													
(TABELA 5 A)	0,00	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	28.014,36
10 SALDO CAIXA													
(1 - 5)	54.832,82	-9.256,51	-9.412,21	4.158,79	7.858,46	4.368,21	4.394,74	4.709,74	6.512,02	5.814,97	5.802,81	5.802,81	93.755,65

TABELA 10 - FLUXO DE CAIXA 10 ANOS, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL

DISCRIMINAÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	TOTAL 10 ANOS
1 ENTRADAS (2 + 3 + 4)	961.180,05	853.841,44	853.841,44	853.841,44	853.841,44	853.841,44	853.841,44	853.841,44	853.841,44	853.841,44	8.645.753,01
2 FINANCIAMENTO BANCÁRIO (TABELA 5 A)	97.620,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	97.620,00
3 CAPITAL PRÓPRIO (TABELA 5 A)	9.718,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.718,59
4 RECEBIMENTO DAS VENDAS (TABELA 6)	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	853.841,46	8.538.414,80
5 SAÍDAS (6 + 7 + 8 + 9)	867.424,40	762.632,57	762.632,57	762.632,57	762.632,57	762.632,57	762.632,57	762.632,57	762.632,57	762.632,57	7.580.858,89
6 INVESTIMENTOS (TABELA 5 A)	107.338,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.338,59
7 DESPESAS VARIÁVEIS Impostos	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	517.291,95	5.172.919,50
(TABELA 25)	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	53.131,98	531.319,80
Enc.sociais a/pro-labore vendas 20%	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	9.725,40	97.254,00
(TABELA 25)	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	48.627,00	486.270,00
Comissões a/vendas 6%	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	405.807,57	4.058.075,70
(TABELA 25)	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	2.147.795,00
8 DESPESAS FIXAS Salários	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	51.433,64	514.336,40
(TABELA 20)	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	572.422,50
Encargos Sociais	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	26.288,40
(TABELA 23)	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	21.561,60
Despesas com manutenção	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	13.020,00
(TABELA 5 B)	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	468.000,00
Despesas com conservação e limpeza	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	93.600,00
(TABELA 21)	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	35.328,00
Pro-Labore dos Sócios	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	165.000,00
(TABELA 5 B)	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	11.000,00
Encargos Sociais a/pro-labore	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	10.678,50
(TABELA 5 B)	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	47.460,00
Honorários profissionais (Contador)	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	13.020,00
(TABELA 5 B)	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	11.982,00
Aluguel/PTU/Seguro	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	25.447,60
(TABELA 5 B)	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	118.650,00
IPVA/Licenciamento	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
Consumo de Água e Esgoto	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
Telefone/Internet/Celular	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
Despesas com material de escritório	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
Contrib./Mens.Sindicato Patronal	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
Outras despesas	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
Desp.e/propagandas/promoções	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 B)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
9 AMORTIZAÇÃO FINANCIAMENTO Empréstimo bancário	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
(TABELA 5 A)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
10 SALDO CAIXA (1 - 5)	93.755,65	91.208,87	91.208,87	91.208,87	91.208,87	91.208,87	91.208,87	91.208,87	91.208,87	91.208,87	1.064.894,32

4.5 ANÁLISE DO PROJETO

BALANÇO PATRIMONIAL, PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL

1.	ATIVOS		2.	PASSIVOS	
1.1	Ativo Circulante	129.257,67	2.1	Passivo Circulante	69.223,75
1.1.1	Caixa (Tab. 9)	93.755,65	2.1.1	Contas a pagar	0,00
1.1.2	Contas a receber (Tabela 6)	35.502,02	2.1.2	Impostos a recolher (Tab. 7)	5.221,70
1.1.3	Estoques	0,00	2.1.3	Encargos a recolher (Tab. 7)	946,72
			2.1.4	Comissões s/vendas (Tab. 7)	4.733,60
1.2	Ativo Permanente	99.998,18	2.1.5	Insumos e Energia Elétrica (Tab. 9)	39.503,39
1.2.1	Imobiliário Operacional (Tab. 5)	92.038,59	2.1.6	Encargos (Tab. 9)	5.381,75
1.2.2	Diferido (Tab. 5)	15.300,71	2.1.7	Pró-Labore (Tab. 9)	4.400,00
1.2.3	Depreciação (4.4 – Tab. 8)	(3.078,60)	2.1.8	Encargos s/ Pró-Labore (Tab. 9)	880,00
1.2.4	Depreciação (6.1 – Tab. 8)	(4.262,52)	2.1.9	Aluguel/IPTU/Seguro (Tab. 9)	1.500,00
			2.1.10	IPVA/Licenciamento (Tab. 9)	100,00
		229.255,85	2.1.11	Água/Esgoto (Tab. 9)	103,95
			2.1.12	Telefone (Tab. 9)	462,06
			2.1.13	Desp.c/ propag.e promoções (Tab 9)	1.155,00
			2.2	Exigível a Longo Prazo	85.940,20
			2.2.1	Financiamento bancário	85.940,20
			2.3	Patrimônio Líquido	74.091,90
			2.3.1	Capital Próprio	9.719,30
			2.3.2	Lucros em suspenso	64.372,60
					229.255,85

Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio operacional da empresa é definido com o nível de vendas onde todos os custos operacionais fixos e variáveis são cobertos, isto é, o nível em que o lucro antes dos juros e imposto de renda iguala-se a zero. Ou seja, onde a empresa não obtém nem lucro, nem prejuízo.

Para análise do ponto de equilíbrio utilizou-se um período em que a atividade produtiva encontrava-se estabilizada e os custos constantes.

CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO. PROJEÇÃO MAIS PROVÁVEL

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos Fixos}}{1 - \frac{\text{Custos Variáveis}}{\text{Receita Total}}}$$

Custos Fixos:

Despesas Administrativas	103.000,36
Despesas Financeiras	16.334,56
	119.334,92

Custos Variáveis:	
Custos dos Produtos Vendidos	570.229,56
Redutores	58.353,68
Despesas Comerciais	<u>77.052,72</u>
	705.635,96

$$PE = \frac{119.334,92}{1 - \frac{705.635,96}{889.343,48}} \quad PE = 577.710,34$$

	Hipótese + Provável	Ponto de Equilíbrio
Receita Bruta	889.343,48	577.710,34
Custos Variáveis (79,34%)	705.635,96	458.355,38
Custos Fixos	119.334,92	119.334,92
Lucro	64.372,60	20,04

- Na hipótese mais provável, o projeto alcançou o Ponto de Equilíbrio quando atingiu 65% da Receita Bruta, ou seja, quando vendeu R\$ 577.710,34.

4.5.1 Estudo de Viabilidade

A seguir será apresentada a análise financeira que dará sustentação ao projeto.

TABELA 11 - PROJEÇÕES DE DESEMPENHO FINANCEIRO

INVESTIMENTO		RESULTADO PESSIMISTA	RESULTADO + PROVÁVEL	RESULTADO OTIMISTA
0	(R\$ 107.339,30)	1 ano e 7 meses**	1 ano e 2 meses**	1 ano*
Ano 1	*	R\$ 68.691,94	R\$ 93.755,65	R\$ 113.064,03
Ano 2	**	R\$ 66.145,90	R\$ 91.208,87	R\$ 110.517,98
Ano 3		R\$ 66.145,90	R\$ 91.208,87	R\$ 110.517,98
Ano 4		R\$ 66.145,90	R\$ 91.208,87	R\$ 110.517,98
Ano 5		R\$ 66.145,90	R\$ 91.208,97	R\$ 110.517,98
Ano 6		R\$ 94.160,26	R\$ 119.223,23	R\$ 138.532,34
Ano 7		R\$ 96.707,02	R\$ 121.769,99	R\$ 141.079,10
Ano 8		R\$ 96.707,02	R\$ 121.769,99	R\$ 141.079,10
Ano 9		R\$ 96.707,02	R\$ 121.769,99	R\$ 141.079,10
Ano 10		R\$ 96.707,02	R\$ 121.769,99	R\$ 141.079,10

Pay Back Time*

PESSIMISTA = 1 ano e 7 meses

MAIS PROVÁVEL = 1 ano e 2 meses

OTIMISTA = 1 ano

Na tabela acima, está apresentada a geração de caixa em cada ano em um período de dez anos. Nota-se que até o final do segundo ano o empreendimento já estará pago, ou seja, o resultado do negócio já é superior ao investimento no caso das projeções pessimista e mais provável, sendo que na projeção otimista, o investimento estará pago já em seu primeiro ano de atividade.

Os indicadores apresentam uma análise positiva: o ponto de equilíbrio operacional é baixo, o payback é aceitável, apresentando um risco mínimo.

5 CONCLUSÃO

Consideramos concluído o presente trabalho, após termos cumprido todos objetivos inicialmente propostos. Para a Pesquisa de Mercado, foi contratada a Empresa JR da UFPR para efetuar a pesquisa de mercado. Coube a mesma definir o tamanho da amostra, formatar, aplicar e tabular os questionários, de acordo com o planejamento. Em todas as fases da pesquisa (planejamento, execução e conclusão) foram apresentados pela empresa relatórios para aprovação. Ao final da pesquisa foi apresentado um relatório referente a todos os dados da pesquisa de forma conclusiva, apresentando uma análise final através de texto e cd-rom. Cabe ressaltar que a pesquisa demonstrou um índice favorável de 35% à intenção de compra por parte dos entrevistados.

O Estudo de Localização se resumiu a consulta literária de dois autores já citados, pois este projeto apresenta uma limitação de ordem financeira (investimentos). Dessa forma procurou-se no estudo da localização, escolher um local onde houvesse uma maximização dos benefícios da área escolhida. O local oferece condições favoráveis em logística, fiscal e econômica. Possui oferta de mão-de-obra, apresenta fácil acesso para fornecedores, compradores e funcionários e possui um grande potencial de desenvolvimento.

O Processo de Produção foi definido a fim de assegurar principalmente a segurança e o bem-estar dos trabalhadores. A linha de produção foi definida para trabalhar de uma forma que não haja sobrecarga em nenhuma das etapas, as quais foram distribuídas sequencialmente para que tenham um melhor desempenho individual, contribuindo para o controle de qualidade do produto. Outro fator a destacar é que os materiais utilizados na linha de produção são fartamente oferecidos no mercado, com diversas opções de compra no atacado e no varejo, através de fabricantes, representantes, distribuidores e lojistas do ramo. Em relação à mão-de-obra, a mesma não exige um grau de especialização muito alta na maioria da cadeia produtiva, podendo ser facilmente treinada e administrada.

O projeto foi analisado financeiramente em três hipóteses, a pessimista, a mais provável e a otimista. Inicialmente calculamos o custo unitário do produto e levantamos a necessidade de investimento em equipamentos, de contratação de mão-de-obra, de aquisição de materiais e matéria-prima, bem como as despesas de

aluguéis, impostos e taxas. Realizamos também, projeções baseadas em previsões de receitas e despesas. Todos esses dados foram colocados em planilhas e utilizados para a confecção do DRE, do Fluxo de Caixa e demais projeções. Em todas as hipóteses o projeto apresentou resultado financeiro positivo.

Finalmente, para estudarmos a viabilidade do presente projeto, analisamos a viabilidade técnica, mercadológica e financeira do projeto. Ao final, analisamos a viabilidade econômica através do Ponto de Equilíbrio e Pay Back Time.

O projeto através do estudo da viabilidade técnica, mercadológica, financeira e econômica para implantação de uma empresa de pequeno porte, no ramo industrial, vinculada ao setor moveleiro, para a produção de sapateiras na Região Metropolitana de Curitiba, demonstrou ser viável, tendo em vista, os resultados apurados.

REFERÊNCIAS

As atividades de marketing no processo de criação de pequenas empresas por empreendedores. Dissertação de Mestrado - FEA/USP, 1988.

ABIMÓVEL. Panorama do Setor Moveleiro no Brasil, Disponível em:
<<http://www.abimóvel.com>> Acesso: 10 mai. 2004.

BACON, Marck S. Faça você mesmo marketing direto: segredos para pequenas empresas. São Paulo: Atlas, 1994.

CERTO, S.C; PETER, J.P. Administração estratégica: planejamento e implementação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993.

CHÉR, Rogério. A gerência das pequenas e médias empresas: o que saber para administrá-las. São Paulo: Maltese, 1990.

CLEMENTE, A. (organizador). Projetos Empresariais e Públicos. São Paulo: Atlas, 2ª edição, 2002.

COBRA, M. Administração de Marketing. São Paulo, Atlas, 1990.

COBRA, Marcos. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 1994.

COBRA, M. Plano estratégico de Marketing. São Paulo: Atlas, 1996.

CONRAD, Jay Levinson. Marketing de guerrilha: táticas e armas para obter grandes lucros com pequenas e médias empresas. São Paulo: Best Seller, 1989.

DE FELIPPE JÚNIOR, Bernardo. Mídias eletrônicas, impressas e alternativas: o que são e como utilizar. Brasília: Sebrae, 1994.

EL-CHECK, Roberto. Marketing básico para pequenos e médios empresários. Rio de Janeiro: Vozes, 1991.

FERREIRA, Armando Leite. Marketing para pequenas empresas inovadoras. Rio de Janeiro: Expertbooks, 1995.

GOMES, Nelson & NASSAR, Paulo. A comunicação da pequena empresa. São Paulo: Globo, 1997.

GORINI, Ana Paula F. A indústria de móveis no Brasil, ABIMÓVEL, 2000.

- IKEDA, Ana Akemi. **O marketing em empresas de pequeno porte e o setor de serviços: um estudo em agências de viagens**. Brasília: Ed. Sebrae, 1993.
- HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- SOBANSKI, JAERT, J. **Prática de Orçamento Empresarial: um exercício programado**. São Paulo, Atlas, 3ª ed., 1994.
- KOTLER, Philip. *Administração de marketing: análise, planejamento, implantação e controle*. São Paulo: Atlas, 1995.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 1998.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice-Hall, 10ª edição, 2000.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1995.
- KRUEGER, A. **Técnicas para Elaboração de Projetos Empresariais**, Curitiba, Apostila UFPR, 2001.
- LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing: conceitos, exercícios e casos**. São Paulo: Atlas, 1993.
- MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. V1 e V2. São Paulo: Atlas, 1997.
- MATTAR, Fauze Najib. **Prática de Marketing em pequenas empresas: Um estudo nas pequenas confecções de Joinville**.
- MEGIDO, José Luiz Tejon. **Pequenas empresas - grandes vendedores: você é o vendedor número 1 da sua empresa**. Brasília: Sebrae, 1995.
- PATTEN, Dave. **Marketing para a pequena empresa**. Lisboa: Presença, 1987.
- ROSA, José Antônio. **Práticas de marketing para a pequena empresa**. São Paulo: STS, 1992.
- ROSSETTI, J.P. **Introdução à Economia**. Atlas, 18ª edição, 2000.
- SANTOS, Edison. **Marketing para pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1979
- SEBRAE. **Processos da Cadeia Básica de Valor**. Disponível em: www.sebraepr.com.br Acesso em 13 mai. 2004.
- SENAI. **Adequação de Plantas fabris: Movimentação de Materiais**, Curitiba: SENAI

Sindicatos e Associações. Disponível em: < <http://www.emov.com.br> > Acesso: 13 mai. 2004.

Consulta de móveis similares, Disponível em:

<<http://www.portalmoveleiro.com.br>> Acesso: 07 mai. 2004.

<<http://www.arcamp.com.br>> Acesso: 29 abr. 2004.

<<http://www.axcess.com.br/ax1.htm>> Acesso: 29 abr. 2004.

<<http://www.extra.com.br>> Acesso: 29 abr. 2004.

<http://www.sonoleve.com.br/MOVEIS/guarda_roupas.htm> Acesso: 29 abr. 2004.

<<http://www.pauliceiamadeiras.com.br/camas/camas.htm>> Acesso: 29 abr. 2004.

<<http://www.molezao.com.br>> Acesso: 29 abr. 2004.

<http://www.feiradolargo.com.br/pag_pessoal.php?NomeFoto=mvc-101s.jpg&cod=283>
Acesso: 29 abr. 2004.

<<http://www.lojaskd.com.br>> Acesso: 07 mai. 2004.

<<http://www.casadaprateleira.com.br/produtos/sapateiras/main.htm>> Acesso: 29 abr. 2004.

LISTA DE APÊNDICES

TABELA 13	- CUSTOS UNITÁRIOS DOS MATERIAIS DIRETOS PARA CONFEÇÃO DE 01 SAPATEIRA MEDINDO 1,30 X 0,70 m, COM ESPELHO	62
TABELA 14	- CUSTO DE FERRAMENTAS	63
TABELA 15	- CUSTO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	63
TABELA 16	- CUSTO DAS INSTALAÇÕES	64
TABELA 17	- CUSTO DOS EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	64
TABELA 18	- CUSTO DOS MOBILIÁRIOS	64
TABELA 19	- CUSTO DE VEÍCULOS	64
TABELA 20	- CUSTO DE MÃO-DE-OBRA	65
TABELA 21	- PRÓ-LABORE DOS SÓCIOS	66
TABELA 22	- DEPRECIAÇÕES	66
TABELA 23	- SEGUROS	66
TABELA 24	- MANUTENÇÕES	66
TABELA 25	- RECEITA, TRIBUTOS, COMISSÕES SOBRE VENDAS DE 200, 320 E 400 UNIDADES	67
TABELA 26	- CUSTOS DE PRODUÇÃO.....	68
TABELA 27	- PROJEÇÕES DE VENDAS E CUSTOS DE PRODUÇÃO	69
TABELA 28	- DRE, PROJEÇÃO PESSIMISTA.....	70
TABELA 29	- PROJEÇÃO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS MENS AIS, PESSIMISTA.....	71
TABELA 30	- PROJEÇÃO DE IMPOSTOS, COMISSÕES, ENCARGOS SOBRE PRÓ-LABORE DE VENDAS, PESSIMISTA	71
TABELA 31	- FLUXO DE CAIXA MENSAL, PROJEÇÃO PESSIMISTA	72
TABELA 32	- FLUXO DE CAIXA 10 ANOS - PROJEÇÃO PESSIMISTA	73
TABELA 33	- DRE, PROJEÇÃO OTIMISTA.....	74
TABELA 34	- PROJEÇÃO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS MENS AIS, OTIMISTA	75
TABELA 35	- PROJEÇÃO DE IMPOSTOS, COMISSÕES, ENCARGOS SOBRE PRÓ-LABORE DE VENDAS, OTIMISTA	75
TABELA 36	- FLUXO DE CAIXA MENSAL, PROJEÇÃO OTIMISTA	76
TABELA 37	- FLUXO DE CAIXA 10 ANOS - OTIMISTA	77
APÊNDICE 1	- MODELOS DO QUESTIONÁRIO APLICADO E DOS CARTÕES DE RESPOSTA.....	78
APÊNDICE 2	- PROCESSOS DE PRODUÇÃO DA SAPATEIRA.....	81
APÊNDICE 3	- LISTA DE FORNECEDORES CONSULTADOS.....	83
APÊNDICE 4	- INSTITUIÇÕES DE CLASSES CONSULTADAS	84
APÊNDICE 5	- DESENHOS DA SAPATEIRA	85

TABELA 13 - CUSTOS UNITÁRIOS DOS MATERIAIS DIRETOS PARA CONFEÇÃO DE 01 SAPATEIRA MEDINDO 1,30 X 0,70 m, COM ESPELHO

ITEM	QTE	MATERIAL	UNID.	PREÇO R\$	A	B	C	D	R\$
1	1	Compensado MDF 15 mm, med. 2,75x1,83 cm (LATERAL) - apenas um lado revestido	peça	100,00	1,30x0,13 cm	28	2		7,14
2	1	Compensado MDF 15 mm, med. 2,75x1,83 cm (SUPERIOR/INFERIOR CAIXA) - dois lados revestidos	peça	140,00	070x0,13 cm	49	2		5,71
3	1	Compensado 3 mm (FUNDO), med. 2,75x1,83 - um lado revestido	peça	60,00	1,30x08,0 cm	4	1		15,00
4	1	Compensado MDF 6 mm, med. 2,75x1,83 cm (PRATELEIRAS) - dois lados revestidos	peça	100,00	0,30x0,12 cm	138	18		13,04
5	1	Compensados 6 mm, med. 2,75x1,83 cm (SULCOS LATERAIS INTERNAS E EXTERNAS) sem revestimento	peça	80,00	1,30x0,12 cm	28	4		11,43
6	1	Compensado MDF 15 mm, med. 2,75x1,83 cm, LATERAL PORTA, 2 lados revestidos	peça	140,00	1,30x0,30 cm	28	2		10,00
7	1	Compensado MDF 15 mm, med. 2,75x1,83 cm, SUPERIOR E INFERIOR PORTA, 2 lados revestidos	peça	140,00	0,70x0,13 cm	49	2		5,71
8	1	Moldura p/ espelho - metro (SUPERIOR E INFERIOR DA PORTA)	metro	1,10	94	cm	1		1,03
9	1	Moldura p/ espelho - metro (LATERAIS DA PORTA)	metro	1,10	234	cm	1		2,57
10	1	Lâmina para acabamento, medindo 22 m	metro	19,50	4,5 m	5	1		3,90
11	1	Cola de contato, galão com 3,200 ml	ml	34,00	3,2 L	80	1		0,43
12	1	Cola branca	ml	14,00	litro	80	1		0,07
13	1	Espelho 3 mm, medindo 1 m²	peça	32,00	2	2	1		16,00
14	1	Dobradiças metálicas c/parafusos	peça	1,30	unid.		2		2,60
15	1	Fechadura macho-fêmea (fecho tolete)	peça	1,50	unid.		1		1,50
16	1	Parafusos p/ fixador de parede	peça	0,08	unid.		2		0,16
17	1	Buchas nº 8	peça	0,06	unid.		2		0,12
18	1	Embalagem	peça	1,20	unid.		1		1,20
19	1	Pincel pequeno 3/4	peça	2,00	3/4		1		1,00
20	1	Fita de Lixa nº 120 (madeira)	peça	20,00	nº 120		1		6,00
21	1	Pregos	peça	4,20	kg				1,25
									105,88

NOTAS: A - medida corte utilizado, B - quantidade de cortes possíveis, C - quantidade peças utilizadas, D - preço total do material utilizado

Exemplo de memória de cálculo dos Itens 01 a 07: Em uma chapa de 2,75x1,83 cm de MDF, são feitos 28 cortes de 1,30x0,13 cm. Multiplicamos o resultado pela quantidade de peças utilizadas. Resultado é o valor total gasto com cada material; Itens 08; 09 e 10: Material vendido em metro. = R\$ 1,10. Multiplica-se a quantidade utilizada pelo valor do metro; Itens 11 e 12: Estima-se que com uma embalagem produziremos 80 sapateiras; Item 13: Com 1 m² de espelho, espelhamos 02 sapateiras. Dividimos o valor do metro por dois. Resultado é o valor gasto em cada peça; Item 14 ao 18: Foram multiplicadas as quantidades de peças necessárias pelo valor unitário; Item 19 ao 21: Foram multiplicadas as quantidades de material estimado pelo valor unitário.

TABELA 14 – CUSTO DE FERRAMENTAS

QTD	FERRAMENTAS	UNID.	VLR.UNIT	TOTAL
10	Luva de raspa	peça	3,50	35,00
8	Óculos de proteção transparente	peça	12,00	96,00
3	Martelo pequeno, tipo unha 19 mm	peça	20,00	60,00
3	Martelo grande 27 mm	peça	20,00	60,00
5	Martelo pena 220 g	peça	13,00	65,00
5	Chave de fenda grande, 3/8 10'	peça	10,00	50,00
5	Chave de fenda pequena 5/16 7'	peça	7,00	35,00
5	Chave phillips 1/4 x 12'	peça	15,00	75,00
5	Chave phillips 1/4 x 6'	peça	10,00	50,00
5	Chave fixa 10x11 mm (boca)	peça	7,00	35,00
3	Arco de Serra	peça	15,00	45,00
2	Serrote profissional 22'	peça	35,00	70,00
4	Disco de serra circular	peça	70,00	280,0

NOTA: O quadro acima se refere aos "utensílios" utilizados no processo de fabricação das sapateiras. São materiais de consumo, porém, possuem uma durabilidade de médio prazo.

TABELA 15 – CUSTO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

QTD	EQUIPAMENTOS	UNID.	VLR.UNIT	TOTAL
2	Serra esquadrejadeira em chapa	peça	2.890,00	5.780,00
1	Tupia profissional, med. 500x700, motor 3 cv- Marca Baldan	peça	2.600,00	2.600,00
1	Compressor de Ar, 10 pés³/min. - 175 litros, motor 2 hp	peça	1.580,00	1.580,00
1	Pistola parafusadeira pneumática, 100 rpm	peça	1.500,00	1.500,00
1	Motor p/ lixadeira de fita 1 cv	peça	200,00	200,0
1	Serra de fita c/ motor	peça	2.330,00	2.330,00
1	Lixadeira automática manual orbital 300 W, 220 Volts	peça	800,00	800,0
1	Lixadeira de fita, med. 1,20x0,60	peça	1.400,00	1.400,00
1	Grampeador manual	peça	150,00	150,0
3	Furadeira/parafusadeira de impacto manual, 3/8, 110 v, bat.9,6 v	peça	330,00	990,0
1	Máquina furadeira Blue Max-mini p/tarugos	peça	1.500,00	1.500,00
1	Serra Tico-Tico Hobby - 220 v	peça	200,00	200,0
1	Tupia portátil 440 W	peça	380,00	380,0
				19.410,0

NOTA: O quadro acima se refere aos "maquinários e equipamentos" utilizados no processo de fabricação das sapateiras. São materiais permanentes, que possuem uma vida útil estimada em 6,67 anos, calculada através de uma taxa de depreciação anual de 15% (TABELA 22)

$$(100\% : 15\% = 6,67 \text{ anos})$$

TABELA 16 – CUSTO DAS INSTALAÇÕES

QTDE	INSTALAÇÕES	UNID.	VLR.UNIT	VLR.TOTAL
1	BANCADA DE PERFURAÇÕES	UM	200,00	200,00
4	BANCADA PARA MONTAGEM	UM	200,00	800,00
				1.000,00

NOTA: O quadro acima se refere as "instalações" necessárias para fabricação das sapateiras. São móveis permanentes, que possuem uma vida útil estimada em 6,67 anos, calculada através de uma taxa de depreciação anual de 10% (TABELA 22)
(100% : 10% = 10 anos)

TABELA 17 – CUSTO DOS EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA

QTDE	EQUIPAMENTOS INFORMÁTICA	UNID.	VLR.UNIT	VLR.TOTAL
1	COMPUTADOR PENTIUM IV	UM	1.800,00	1.800,00
1	IMPRESSORA JATO DE TINTA	UM	400,00	400,00
1	IMPRESSORA MATRICIAL	UM	700,00	700,00
1	SCANNER	UM	300,00	300,00
1	MÁQUINA FOTOGRÁFICA DIGITAL	UM	2.000,00	2.000,00
1	APARELHO DE FAX	UM	450,00	450,00
				5.650,00

NOTA: O quadro acima se refere aos "equipamentos de informática" utilizados nas Áreas Técnica e Administrativa. São materiais permanentes, que possuem uma vida útil estimada em 4 anos, calculada através de uma taxa de depreciação anual de 25% (TABELA 22)

(100% : 25% = 4 anos)

TABELA 18 – CUSTO DOS MOBILIÁRIOS

QTDE	MÓVEIS ESCRITÓRIO	UNID.	VLR.UNIT	VLR.TOTAL
1	MESA PARA COMPUTADOR	UM	120,00	120,00
1	MESA PARA IMPRESSORA MATRICIAL	UM	80,00	80,00
1	ESCRIVANINHA	UM	170,00	170,00
1	ARMÁRIO ALTO C/ 3 PRATELEIRAS	UM	180,00	180,00
2	CADEIRAS SEM BRAÇOS	UM	60,00	120,00
				670,00

NOTA: O quadro acima se refere aos "mobiliários" utilizados nas Áreas Técnica e Administrativa. São materiais permanentes, que possuem uma vida útil estimada em 10 anos, calculada através de uma taxa de depreciação anual de 10% (TABELA 22)
(100% : 10% = 10 anos)

TABELA 19 – CUSTO DE VEÍCULOS

QTDE	VEÍCULOS	UNID.	VLR.UNIT	VLR.TOTAL
1	AUTOMÓVEL UTILITÁRIO	UM	10.000,00	10.000,00
2	MOTOCICLETAS	UM	4.500,00	9.000,00
				19.000,00

NOTA: O quadro acima se refere aos "veículos automotores" utilizados pelas Áreas Técnica e Administrativa. São materiais permanentes, que possuem uma vida útil estimada em 6,67 anos, calculada através de uma taxa de depreciação anual de 15% (TABELA 22)
(100% : 15% = 6,67 anos)

TABELA 20 – CUSTO DE MÃO-DE-OBRA

PISO SALARIAL SINDICATO	426,8	Passe ônibus = R\$ 2,00 dias úteis/mês = 21		
Auxiliar de Produção	426,8			
Meio Oficial ou Profissional Nível 1	469,4	R\$ 42,00(dois) passes/dia=	R\$ 84,00	
Profissional ou Profissional Nível 2	512,1		(x) 9 func.=	R\$ 756,0
Encarregado ou Supervisor	597,5			

PROFISSIONAL	QTDE	NÍVEL	UNID.	VLR.UNIT	VLR.BRUTO	INSS 7,65%	V.T. 6%	VALOR LÍQ.
Administrador	1	Profissional	Mensal	597,52	597,52	45,71	35,85	515,96
Supervisor	1	Profissional	Mensal	597,52	597,52	45,71	35,85	515,96
Operador de Serra Circular	2	Profissional	Mensal	512,16	1.024,32	78,36	61,46	884,50
Lixador	1	Médio	Mensal	469,48	469,48	35,92	28,17	405,40
Auxiliar de Produção	2	Auxiliar	Mensal	426,80	853,60	65,30	51,22	737,08
Entregador/Instalador	2	Auxiliar	Mensal	426,80	853,60	65,30	51,22	737,08
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS CLT	9				4.396,04	336,3	263,77	3.795,97

ENCARGOS TRABALHISTAS (1)	%	PERIODICIDADE	VALOR
INSS empregado	7,65%	MENSAL	336,30
INSS empregador	22,00%	MENSAL	967,13
FGTS	8,00%	MENSAL	351,68
PIS/PASEP 1%	1,00%	MENSAL	43,96
VALE-TRANSPORTE excedente	6,00%	MENSAL	756,00
TOTAL DOS ENCARGOS TRABALHISTAS			2.455,07

BENEFÍCIOS (2)				
VALE ALIMENTAÇÃO R\$ 6,00	9 F. x 21 d.	MENSAL	BENEFÍCIO	1.134,00
SEGURO DE VIDA EM GRUPO		MENSAL	BENEFÍCIO	376,60
TOTAL DOS BENEFÍCIOS				1.510,60

PROVISÕES P/DESPESAS FUTURAS (3)				
PROVISÃO P/MULTAS TRABALHISTAS E OUTROS		MENSAL	(a)	439,60
PROVISÃO PARA 13º SALÁRIO		MENSAL	(b)	366,34
PROVISÃO PARA PGTO. ADICIONAL FÉRIAS		MENSAL	(c)	120,89
TOTAL DAS PROVISÕES				926,83

ENCARGOS SOCIAIS = (1+2+3)	4.892,50
FOLHA PGTO LÍQ.	3.795,97
TOTAL FOLHA PGTO+ENCARGOS	8.688,47

NOTA: A remuneração dos funcionários está de acordo com a Convenção Coletiva dos Sindicatos; A Empresa fornece aos funcionários Vale Alimentação no Valor de R\$ 6,00/dia útil, sem nenhum custo ao funcionário; O número total de funcionários com contrato CLT, é igual a (9) nove; A Empresa fornece aos funcionários Seguro de Vida em Grupo, sem nenhum custo ao funcionário; (a) A provisão para multas trabalhistas e outros, foi calculado com base no percentual de 10% (aleatório) sobre o total da Folha de Pgto. bruta; (b) A Provisão para 13º salário foi calculada com base no total da Folha de Pgto. bruta dividido por 12; (c) A Provisão para pgto. De adicional de férias foi calculado com base no total da Folha de Pgto. Bruta, multiplicado por 33 por cento e dividido por 12.

TABELA 21 - PRÓ-LABORE DOS SÓCIOS

QTDE	PROFISSIONAL	UNID	VLR. UNIT	VLR. TOTAL	ENCARGOS 20%
2	SÓCIO	MENSAL	2.000,00	4.000,00	800,00

NOTA: O quadro acima se refere a retirada dos sócios em forma de Pró-Labore, mensalmente. O valor devido ao INSS é recolhido pela empresa e o IRPF referente à retirada do sócio é descontada do sócio e recolhido pela empresa.

TABELA 22 - DEPRECIÇÕES

ITEM	DEPRECIÇÕES	VALOR BEM	%	ANUAL	MENSAL
1	Máquinas e equipamentos (TABELA 15)	19.410,00	15%	2.911,50	242,63
2	Móveis + Instalações (TABELA 18 e 16)	1.670,00	10%	167,00	13,92
3	TOTAL ref. custos (1 + 2)			3.078,50	256,55
4	Equipamentos de informática (TABELA 17)	5.650,00	25%	1.412,50	117,71
5	Veículos (TABELA 19)	19.000,00	15%	2.850,00	237,50
6	TOTAL ref. despesas (4 + 5)			4.262,50	355,21
7	TOTAL (3 + 6)			7.341,00	611,76

NOTA: Segundo CLEMENTE, p.152, "ao se dar baixa de um bem depreciable, o valor monetário correspondente, acumulado em um fundo, seja suficiente para a aquisição de outro bem similar". Os percentuais de depreciações utilizados foram extraídos da Apostila do Curso Empreendedor do SEBRAE, que seguem os padrões da Receita Federal.

TABELA 23 - SEGUROS

ITEM	SEGUROS	VALOR BEM	%	ANUAL	MENSAL
1	Máquinas e equipamentos (TABELA 15)	19.410,00	3,50%	679,35	56,61
2	Móveis + Instalações (TABELA 18 e 16)	1.670,00	2,50%	41,75	3,48
3	TOTAL ref. custos (1 + 2)			721,10	60,09
4	Equipamentos de informática (TABELA 17)	5.650,00	3,50%	197,75	16,48
5	Veículos (TABELA 19)	19.000,00	9%	1.710,00	142,50
6	TOTAL ref. despesas (4 + 5)			1.907,75	158,98
7	TOTAL (3 + 6)			2.628,85	219,07

NOTA: Os percentuais dos seguros adotados para os equipamentos, móveis, informática e veículos são os sugeridos na Apostila do Curso Empreendedor do SEBRAE.

TABELA 24 - MANUTENÇÕES

ITEM	MANUTENÇÕES	VALOR BEM	%	ANUAL	MENSAL
1	Máquinas e equipamentos (TABELA 15)	19.410,00	4,50%	873,45	72,79
2	Móveis + Instalações (TABELA 18 e 16)	1.670,00	3%	50,10	4,18
3	TOTAL ref. custos (1 + 2)			923,55	76,97
4	Equipamentos de informática (TABELA 17)	5.650,00	5%	282,50	23,54
5	Veículos (TABELA 19)	19.000,00	5%	950,00	79,17
6	TOTAL ref. despesas (4 + 5)			1.232,50	102,71
7	TOTAL (3 + 6)			2.156,05	179,68

Os percentuais reservados para despesas com manutenção foram sugeridos na Apostila do Curso Empreendedor do SEBRAE.

TABELA 25 – RECEITA, TRIBUTOS, COMISSÕES SOBRE VENDAS PARA 200, 320 E 400 UNIDADES

	1	RECEITA BRUTA MENSAL (1º QUADRIMESTRE)	200	51.632,4	320	68.305,95	400	79.421,62
2	TRIBUTOS ICMS			903,63		1.353,24		1.686,72
3	TRIBUTOS FEDERAIS			1.807,14		3.073,77		3.573,97
4	TOTAL TRIBUTOS (2 + 3)		3,50%	2.710,77	4,50%	4.427,01		5.260,69
5	COMISSÕES DE VENDA		6%	3.097,95		4.098,36		4.765,30
6	ENCARGOS SOCIAIS S/PRÓ-LABORE VENDAS		20%	619,59		819,67		953,06
7	TOTAL ENCARGOS S/ VENDAS (5 + 6)			3.717,54		4.918,03		5.718,36
8	TOTAL TRIBUTOS E ENCARGOS S/ VENDAS (4 + 7)			6.428,30		9.345,04		10.979,05
9	RECEITA LÍQUIDA (1 - 8)			45.204,14		58.960,91		68.442,57
1	RECEITA BRUTA MENSAL (2º QUADRIMESTRE)		200	56.795,68	320	75.136,54	400	87.363,78
2	TRIBUTOS ICMS			1.008,33		1.558,57		1.625,40
3	TRIBUTOS FEDERAIS			1.987,85		3.381,14		3.931,37
4	TOTAL TRIBUTOS (2 + 3)		3,50%	2.996,18	4,50%	4.939,71		5.556,77
5	COMISSÕES DE VENDA		6%	3.407,74		4.508,19		5.241,83
6	ENCARGOS SOCIAIS S/PRÓ-LABORE VENDAS		20%	681,55		901,64		1.048,37
7	TOTAL ENCARGOS S/ VENDAS (5 + 6)			4.089,29		5.409,83		6.290,19
8	TOTAL TRIBUTOS E ENCARGOS S/ VENDAS (4 + 7)			7.085,47		10.349,55		11.846,96
9	RECEITA LÍQUIDA (1 - 8)			49.710,21		64.787,00		75.516,82
1	RECEITA BRUTA MENSAL (3º QUADRIMESTRE)		200	59.635,47	320	78.893,37	400	91.731,97
2	TRIBUTOS ICMS			1.093,75		1.671,50		2.056,67
3	TRIBUTOS FEDERAIS		3,00%	2.087,24	40.000,00	3.550,20		4.127,94
4	TOTAL TRIBUTOS (2 + 3)		3,50%	3.180,99	4,50%	5.221,70		6.184,61
5	COMISSÕES DE VENDA		6%	3.578,13		4.733,60		5.503,92
6	ENCARGOS SOCIAIS S/PRÓ-LABORE VENDAS		20%	715,63		946,72		1.100,78
7	TOTAL ENCARGOS S/ VENDAS (5 + 6)			4.293,75		5.680,32		6.604,70
8	TOTAL TRIBUTOS E ENCARGOS S/ VENDAS (4 + 7)			7.474,74		10.902,02		12.789,31
9	RECEITA LÍQUIDA (1 - 8)			52.160,72		67.991,35		78.942,66

TABELA 26 – CUSTOS DE PRODUÇÃO

QUANTIDADES		320		400		200	
1 MATÉRIA-PRIMA POR UNIDADE		(TABELA 13)		R\$ 105,88		21.176,30	
3 ENERGIA ELÉTRICA				R\$ 1,00		200,00	
4 TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS (1 + 2)				34.202,07		21.376,30	
5 CUSTOS FIXOS (desp.operacionais e adm)		(TABELA 5B)		18.340,96		18.340,96	
6 CUSTOS VARIÁVEIS (4)				34.202,07		21.376,30	
TOTAL (5 + 6)				52.543,04		39.717,26	
7 TOTAL (custo variável + fixo) 1º quadrimestre				52.543,04		39.717,26	
8 CUSTO UNITÁRIO				164,20		198,59	
9 TOTAL (custo variável + fixo) 2º quadrimestre				57.797,34		43.688,99	
10 CUSTO UNITÁRIO				180,62		218,44	
11 TOTAL (custo variável + fixo) 3º quadrimestre				60.687,21		45.873,44	
12 CUSTO UNITÁRIO				189,65		229,37	

CUSTOS DE PRODUÇÃO

1º QUADRIMESTRE

PROJEÇÃO	OTIMISTA		MAIS PROVÁVEL		PESSIMISTA	
	R\$	QTDE	R\$	QTDE	R\$	QTDE
CUSTO FIXO E VARIÁVEL	152,73	400	164,20	320	198,59	200
CUSTO MENSAL	61.093,56		52.543,04		39.717,26	
CUSTO QUADRIMESTRE	244.374,22		210.172,15		158.869,04	

CUSTOS DE PRODUÇÃO

2º QUADRIMESTRE - REAJUSTE 10%

PROJEÇÃO	OTIMISTA		MAIS PROVÁVEL		PESSIMISTA	
	R\$	QTDE	R\$	QTDE	R\$	QTDE
CUSTO FIXO E VARIÁVEL	168,01	400	180,82	320	218,44	200
CUSTO MENSAL	67.202,91		57.797,34		43.688,99	
CUSTO QUADRIMESTRE	268.811,65		231.189,37		174.755,95	

CUSTOS DE PRODUÇÃO

3º QUADRIMESTRE - REAJUSTE 5%

PROJEÇÃO	OTIMISTA		MAIS PROVÁVEL		PESSIMISTA	
	R\$	QTDE	R\$	QTDE	R\$	QTDE
CUSTO FIXO E VARIÁVEL	176,41	400	189,65	320	229,37	200
CUSTO MENSAL	70.563,06		60.687,21		45.873,44	
CUSTO QUADRIMESTRE	282.252,23		242.748,83		183.493,74	

TABELA 27 - PROJEÇÕES DE VENDAS E CUSTOS DE PRODUÇÃO

PROJEÇÕES DE VENDAS			1º QUADRIMESTRE			
PREÇO DE VENDA QUANTIDADES	R\$ 198,55		OTIMISTA		MAIS PROV.	
			QTDE		QTDE	
			400		320	PESSIMISTA
RECEITA BRUTA MENSAL	1					QTDE
RECEITA BRUTA QUADRIMESTRE	4					200
				79.421,62	68.305,95	51.632,44
				317.686,49	273.223,80	206.529,75
PROJEÇÕES DE VENDAS			2º QUADRIMESTRE - REAJUSTE 10%			
PREÇO DE VENDA QUANTIDADES	R\$ 218,41		OTIMISTA		MAIS PROV.	
			QTDE		QTDE	
			400		320	PESSIMISTA
RECEITA BRUTA MENSAL	1					QTDE
RECEITA BRUTA QUADRIMESTRE	4					200
				87.363,78	75.136,54	56.795,68
				349.455,14	300.546,18	227.182,73
PROJEÇÕES DE VENDAS			3º QUADRIMESTRE - REAJUSTE 5%			
PREÇO DE VENDA QUANTIDADES	R\$ 229,33		OTIMISTA		MAIS PROV.	
			QTDE		QTDE	
			400		320	PESSIMISTA
RECEITA BRUTA MENSAL	1					QTDE
RECEITA BRUTA QUADRIMESTRE	4					200
				91.731,97	78.893,37	59.635,47
				366.927,90	315.573,48	238.541,87
NOTA: MARK-UP igual a 30%					30%	

TABELA 28 - DRE, PROJEÇÃO PESSIMISTA

Item	DISCRIMINAÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL
1	RECEITA OPERACIONAL BRUTA	(TABELA 25)	51.632,44	51.632,44	51.632,44	56.795,68	56.795,68	56.795,68	56.795,68	59.635,47	59.635,47	59.635,47	59.635,47	672.254,36
2	(-) Redutores	(TABELA 25)	2.710,77	2.710,77	2.710,77	2.998,18	2.998,18	2.998,18	2.998,18	3.180,99	3.180,99	3.180,99	3.180,99	35.551,76
3	RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	(1-2)	48.921,67	48.921,67	48.921,67	53.799,50	53.799,50	53.799,50	53.799,50	56.454,48	56.454,48	56.454,48	56.454,48	636.702,60
4	CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS		31.158,45	31.158,45	31.158,45	34.234,93	34.234,93	34.234,93	34.234,93	35.416,12	35.416,12	35.416,12	35.416,12	403.238,00
4.1	Insumos + Energia elétrica	(TABELA 26)	21.378,30	21.378,30	21.378,30	23.513,93	23.513,93	23.513,93	23.513,93	24.689,62	24.689,62	24.689,62	24.689,62	278.319,40
4.2	Salários	(TABELA 20)	4.398,04	4.398,04	4.398,04	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	58.289,28
4.3	Encargos Sociais	(TABELA 20)	4.892,50	4.892,50	4.892,50	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	62.624,00
4.4	Depreciações	(TABELA 22)	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	258,55	3.078,60
4.5	Seguros	(TABELA 23)	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	721,08
4.6	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	923,64
4.7	Despesas com conservação e limpeza	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	115,50	115,50	115,50	115,50	1.302,00
5	LUCRO BRUTO (3-4)	(3-4)	17.763,22	17.763,22	17.763,22	19.564,57	19.564,57	19.564,57	19.564,57	21.038,36	21.038,36	21.038,36	21.038,36	233.464,60
6	DESPESAS OPERACIONAIS	(6.1+6.2+6.3)	12.876,44	14.167,93	14.152,21	14.136,23	15.711,44	15.391,34	15.689,58	15.357,56	16.072,98	15.751,80	15.733,94	151.759.180,757,24
6.1	DESPESAS ADMINISTRATIVAS		8.158,90	7.882,90	7.882,90	7.882,90	9.002,99	8.698,99	8.698,99	9.172,25	8.868,65	8.868,65	8.868,65	103.000,36
	Pró-Labore dos Sócios	(TABELA 21)	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	51.200,00
	Encargos Sociais	(TABELA 20)	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	10.240,00
	Honorários profissionais (Contador)	(TABELA 5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	3.532,80
	Aluguel/IPTU/Seguro	(TABELA 5 B)	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
	IPVA/Licenciamento	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
	Consumo de Água e Esgoto	(TABELA 5 B)	90,00	90,00	90,00	90,00	99,00	99,00	99,00	103,95	103,95	103,95	103,95	1.171,80
	Telefone/Internet/Celular	(TABELA 5 B)	400,00	400,00	400,00	400,00	440,00	440,00	440,00	462,00	462,00	462,00	462,00	5.208,00
	Despesas com material de escritório	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	115,50	115,50	115,50	115,50	1.302,00
	Depreciações	(TABELA 22)	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	4.282,52
	Seguros	(TABELA 23)	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	1.907,76
	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	1.232,52
	Contribuição/Mensalidade Sind.Patronal	(TABELA 5 B)	276,00	0	0	0	303,60	0	315,00	0	303,60	0	0	1.198,20
	Outras despesas		0	0	0	0	249,49	249,49	249,49	249,49	249,49	249,49	249,49	2.544,76
6.2	DESPESAS COMERCIAIS		4.717,54	4.717,54	4.717,54	5.189,29	5.189,29	5.189,29	5.189,29	5.448,76	5.448,76	5.448,76	5.448,76	61.422,36
	Comissões s/vendas 6%	(TABELA 25)	3.097,95	3.097,95	3.097,95	3.097,95	3.407,74	3.407,74	3.407,74	3.407,74	3.578,13	3.578,13	3.578,13	40.335,28
	Encargos sociais s/pro-labore vendas20%	(TABELA 25)	619,59	619,59	619,59	619,59	681,55	681,55	681,55	715,63	715,63	715,63	715,63	8.067,08
	Despesas com propagandas/promoções	(TABELA 5 B)	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.155,00	1.155,00	1.155,00	1.155,00	13.020,00
6.3	DESPESAS FINANCEIRAS		0	1.567,49	1.551,77	1.535,79	1.519,56	1.503,06	1.486,30	1.469,28	1.451,98	1.434,40	1.416,54	16.334,56
	Empréstimo bancário	(TABELA 5 A)	0	1.567,49	1.551,77	1.535,79	1.519,56	1.503,06	1.486,30	1.469,28	1.451,98	1.434,40	1.416,54	1.334,56
7	LUCRO LÍQUIDO	(5-6)	4.886,78	3.595,29	3.611,01	3.626,99	3.853,13	4.173,23	3.874,99	4.207,01	4.965,38	5.286,56	5.304,42	52.707,36

TABELA 29 - PROJEÇÃO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS MENSAIS, PROJEÇÃO PESSIMISTA															
MÊS	VENDAS	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL	ANO II
MÊS 1	51.632,44	30.979,46	18.071,35	2.581,63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	51.632,44	0,00
MÊS 2	51.632,44	0	30.979,46	18.071,35	2.581,63	0	0	0	0	0	0	0	0	51.632,44	0,00
MÊS 3	51.632,44	0	0	30.979,46	18.071,35	2.581,63	0	0	0	0	0	0	0	51.632,44	0,00
MÊS 4	51.632,44	0	0	0	30.979,46	18.071,35	2.581,63	0	0	0	0	0	0	51.632,44	0,00
MÊS 5	56.795,68	0	0	0	0	34.077,41	19.878,49	2.839,78	0	0	0	0	0	56.795,68	0,00
MÊS 6	56.795,68	0	0	0	0	0	34.077,41	19.878,49	2.839,78	0	0	0	0	56.795,68	0,00
MÊS 7	56.795,68	0	0	0	0	0	0	34.077,41	19.878,49	2.839,78	0	0	0	56.795,68	0,00
MÊS 8	56.795,68	0	0	0	0	0	0	0	34.077,41	19.878,49	2.839,78	0	0	56.795,68	0,00
MÊS 9	59.635,47	0	0	0	0	0	0	0	0	35.781,28	20.872,41	2.981,78	0	59.635,47	0,00
MÊS 10	59.635,47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.781,28	20.872,41	2.981,78	59.635,47	2.981,78
MÊS 11	59.635,47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.781,28	20.872,41	56.653,69	2.981,78
MÊS 12	59.635,47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.781,28	35.781,28	23.854,19
TOTAL	672.254,36	30.979,46	49.050,81	51.632,44	51.632,44	54.730,39	56.537,53	56.795,68	56.795,68	58.499,55	59.493,47	59.635,47	59.635,47	645.418,39	26.835,97

TABELA 30 - PROJEÇÃO DE IMPOSTOS, COMISSÕES, ENCARGOS SOBRE PRÓ-LABORE DE VENDAS

MÊS	VENDAS	IMPOSTOS FED/EST	COMISSÕES SVENDAS	ENCARGOS PRÓ-LABORE VENDAS
MÊS 1	51.632,44	0,00		
MÊS 2	51.632,44	2.710,77	3.097,95	619,59
MÊS 3	51.632,44	2.710,77	3.097,95	619,59
MÊS 4	51.632,44	2.710,77	3.097,95	619,59
MÊS 5	56.795,68	2.710,77	3.097,95	619,59
MÊS 6	56.795,68	2.996,18	3.407,74	681,55
MÊS 7	56.795,68	2.996,18	3.407,74	681,55
MÊS 8	56.795,68	2.996,18	3.407,74	681,55
MÊS 9	59.635,47	2.996,18	3.407,74	681,55
MÊS 10	59.635,47	3.180,99	3.578,13	715,63
MÊS 11	59.635,47	3.180,99	3.578,13	715,63
MÊS 12	59.635,47	3.180,99	3.578,13	715,63
ANO II		3.180,99	3.578,13	715,63

TABELA 31 - FLUXO DE CAIXA MENSAL, PROJEÇÃO PESSIMISTA

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL
1	ENTRADAS	138.318,06	49.050,81	51.632,44	51.632,44	54.730,39	56.537,53	56.795,68	56.795,68	58.499,55	59.493,47	59.635,47	59.635,47	752.756,98
2	FINANCIAMENTO BANCÁRIO													
3	CAPITAL DE GIRO PRÓPRIO													
4	RECEBIMENTO DAS VENDAS													
5	SAÍDAS													
6	INVESTIMENTOS													
7	DESPESAS VARIÁVEIS													
	Impostos	0,00	27.804,60	27.804,60	27.804,60	27.804,60	30.599,39	30.599,39	30.599,39	30.599,39	32.164,37	32.164,37	32.164,37	330.109,06
	Enc.sociais s/pro-labore vendas 20%	0,00	2.710,77	2.710,77	2.710,77	2.710,77	2.996,18	2.996,18	2.996,18	2.996,18	3.180,99	3.180,99	3.180,99	32.370,75
	Comissões s/vendas 6%	0,00	619,59	619,59	619,59	619,59	681,55	681,55	681,55	681,55	715,63	715,63	715,63	7.351,43
	Insumos + Energia elétrica	0,00	3.097,95	3.097,95	3.097,95	3.097,95	3.407,74	3.407,74	3.407,74	3.407,74	3.578,13	3.578,13	3.578,13	36.757,13
8	DESPESAS FIXAS													
	Salários	1.150,75	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.653,98	20.454,34	20.769,34	20.454,34	20.906,15	20.684,50	20.684,50	20.684,50	218.602,31
	Encargos Sociais	0,00	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	55.256,42
	Seguros	0,00	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	57.242,26
	Despesas com manutenção	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	2.628,85
	Despesas com conservação e limpeza	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	2.156,17
	Pro-Labore dos Sócios	100,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	110,00	115,50	115,50	115,50	115,50	1.302,00
	Encargos Sociais s/pro-labore	0,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	46.800,00
	Honorários profissionais (Contador)	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	9.360,00
	Aluguel/ IPTU/ Seguro	276,00	276,00	276,00	276,00	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	3.532,80
	IPVAl/Licenciamento	0,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	16.500,00
	Consumo de Água e Esgoto	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.100,00
	Telefone/Internet/Catular	0,00	90,00	90,00	90,00	90,00	99,00	99,00	99,00	99,00	103,95	103,95	103,95	1.067,85
	Despesas com material de escritório	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	440,00	440,00	440,00	440,00	462,00	462,00	462,00	4.746,00
	Contrib. Mens. Sindicato Patronal	100,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	110,00	115,50	115,50	115,50	115,50	1.302,00
	Outras despesas	276,00	0,00	0,00	0,00	303,60	0,00	315,00	0,00	303,60	0,00	0,00	0,00	1.198,20
	Desp.c/propagandas/promoções	0,00	0,00	0,00	0,00	249,49	249,49	249,49	249,49	386,70	386,70	386,70	386,70	2.544,76
9	AMORTIZAÇÃO FINANCIAMENTO													
	Emprestimo bancário	0,00	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	28.014,36
10	SALDO CAIXA	44.828,00	-9.353,54	-1.772,21	3.227,79	5.725,05	2.937,03	2.890,18	3.195,18	4.447,24	4.097,84	4.239,84	4.239,84	68.691,94
	(1-5)													

TABELA 32 - FLUXO DE CAIXA 10 ANOS - PROJEÇÃO PESSIMISTA

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	TOTAL 10 ANOS
1	ENTRADAS	(2 + 3 + 4)	752.758,98	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	6.561.522,49
2	FINANCIAMENTO BANCÁRIO	(TABELA 5 A)	97.620,00	0	0	0	0	0	0	0	0	97.620,00
3	CAPITAL DE GIRO PRÓPRIO	(TABELA 5 A)	9.718,59	0	0	0	0	0	0	0	0	9.718,59
4	RECEBIMENTO DAS VENDAS	(TABELA 28)	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	645.418,39	6.454.183,90
5	SAÍDAS	(6 + 7 + 8 + 9)	684.065,04	579.272,49	579.272,49	579.272,49	579.272,49	579.272,49	579.272,49	579.272,49	579.272,49	5.747.258,61
6	INVESTIMENTOS	(TABELA 5)	107.339,30	0	0	0	0	0	0	0	0	107.339,30
7	DESPESAS VARIÁVEIS		330.109,06	330.109,06	330.109,06	330.109,06	330.109,06	330.109,06	330.109,06	330.109,06	330.109,06	3.301.090,60
	Impostos	(TABELA 25)	32.370,75	32.370,75	32.370,75	32.370,75	32.370,75	32.370,75	32.370,75	32.370,75	32.370,75	323.707,50
	Enc.sociais s/pro-labore vendas 20%	(TABELA 25)	7.351,43	7.351,43	7.351,43	7.351,43	7.351,43	7.351,43	7.351,43	7.351,43	7.351,43	73.514,30
	Comissões s/vendas 6%	(TABELA 25)	36.757,13	36.757,13	36.757,13	36.757,13	36.757,13	36.757,13	36.757,13	36.757,13	36.757,13	367.571,30
	Insumos + Energia elétrica	(TABELA 26)	253.628,75	253.628,75	253.628,75	253.628,75	253.628,75	253.628,75	253.628,75	253.628,75	253.628,75	2.536.287,50
8	DESPESAS FIXAS		218.602,31	218.602,31	218.602,31	218.602,31	218.602,31	218.602,31	218.602,31	218.602,31	218.602,31	2.186.023,10
	Salários	(TABELA 20)	55.256,42	55.256,42	55.256,42	55.256,42	55.256,42	55.256,42	55.256,42	55.256,42	55.256,42	552.564,20
	Encargos Sociais	(TABELA 20)	57.242,26	57.242,26	57.242,26	57.242,26	57.242,26	57.242,26	57.242,26	57.242,26	57.242,26	572.422,80
	Seguros	(TABELA 23)	2.628,85	2.628,85	2.628,85	2.628,85	2.628,85	2.628,85	2.628,85	2.628,85	2.628,85	26.288,50
	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	2.156,05	2.156,05	2.156,05	2.156,05	2.156,05	2.156,05	2.156,05	2.156,05	2.156,05	21.560,50
	Despesas com conservação e limpeza	(TABELA 5 B)	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	13.020,00
	Pró-Labore dos Sócios	(TABELA 21)	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	468.000,00
	Encargos Sociais s/pro-labore	(TABELA 21)	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	93.600,00
	Honorários profissionais (Contador)	(TABELA 5 B)	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	35.328,00
	Aluguel/ IPTU/ Seguro	(TABELA 5 B)	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	165.000,00
	IPVA/ Licenciamento	(TABELA 5 B)	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	11.000,00
	Consumo de Água e Esgoto	(TABELA 5 B)	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	10.678,50
	Telefone/ Internet/ Celular	(TABELA 5 B)	47.846,00	47.846,00	47.846,00	47.846,00	47.846,00	47.846,00	47.846,00	47.846,00	47.846,00	478.460,00
	Despesas com material de escritório	(TABELA 5 B)	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	13.020,00
	Contrib./ Mens. Sindicato Patronal	(TABELA 5 B)	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	11.982,00
	Outras despesas		2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	25.447,60
	Desp.c/propagandas/promoções	(TABELA 5 B)	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	118.650,00
9	AMORTIZAÇÃO FINANCIAMENTO		28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
	Empréstimo bancário	(TABELA 5 A)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
10	SALDO CAIXA	(1 - 5)	68.891,94	66.145,90	66.145,90	66.145,90	66.145,90	66.145,90	66.145,90	66.145,90	66.145,90	814.283,98

TABELA 33 - DRE, PROJEÇÃO OTIMISTA

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL ANO 1
1	RECEITA OPERACIONAL BRUTA	(TABELA 25)	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	79.421,62	943.460,96
2	(-) Redutores	(TABELA 25)	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	63.128,28
3	RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	(1 - 2)	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	74.160,93	880.332,68
4	CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS		52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	52.534,73	630.400,00
4.1	Insumos + Energia elétrica	(TABELA 26)	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	513.031,10
4.2	Salários	(TABELA 20)	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	52.752,48
4.3	Encargos Sociais	(TABELA 20)	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	58.710,00
4.4	Depreciações	(TABELA 22)	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	256,54	3.078,48
4.5	Seguros	(TABELA 23)	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	60,09	721,08
4.6	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	76,97	923,64
4.7	Despesas com conservação e limpeza	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
5	LÚCRO BRUTO	(3-4)	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	21.626,20	249.932,68
6	DESPESAS OPERACIONAIS	(6.1+6.2+6.3)	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	14.877,26	178.527,58
6.1	DESPESAS ADMINISTRATIVAS		8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	8.158,90	97.906,68
	Pro-Labore dos Sócios	(TABELA 21)	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	48.000,00
	Encargos Sociais	(TABELA 20)	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	806,00	9.672,00
	Honorários profissionais (Contador)	(TABELA 5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	3.312,00
	Aluguel/ IPTU/ Seguro	(TABELA 5 B)	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	18.000,00
	IPVA/ Licenciamento	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
	Consumo de Água e Esgoto	(TABELA 5 B)	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
	Telefone/ Internet/ Celular	(TABELA 5 B)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
	Despesas com material de escritório	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
	Depreciações	(TABELA 22)	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	355,21	4.262,52
	Seguros	(TABELA 23)	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	158,98	1.907,76
	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	102,71	1.232,52
	Contribuição Mensal. Sindicato Patronal	(TABELA 5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	276,00	3.312,00
	Outras despesas		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.2	DESPESAS COMERCIAIS		6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	6.718,36	80.620,60
	Comissões s/ vendas 6%	(TABELA 25)	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	57.183,60
	Encargos sociais s/ pro-labore 20%	(TABELA 25)	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	953,06	11.436,72
	Despesas c/ propagandas/promoções	(TABELA 5 B)	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00
6.3	DESPESAS FINANCEIRAS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Empréstimo bancário	(TABELA 5 A)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7	LÚCRO LÍQUIDO	(5 - 6)	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	6.748,94	80.812,10

TABELA 34 - PROJEÇÃO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS MENSAIS, OTIMISTA

MÊS	VENDAS	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL	ANO II
MÊS 1	79.421,62	47.652,97	27.797,57	3.971,08	0	0	0	0	0	0	0	0	0	79.421,62	0,00
MÊS 2	79.421,62	0	47.652,97	27.797,57	3.971,08	0	0	0	0	0	0	0	0	79.421,62	0,00
MÊS 3	79.421,62	0	0	47.652,97	27.797,57	3.971,08	0	0	0	0	0	0	0	79.421,62	0,00
MÊS 4	79.421,62	0	0	0	47.652,97	27.797,57	3.971,08	0	0	0	0	0	0	79.421,62	0,00
MÊS 5	87.363,78	0	0	0	0	52.418,27	30.577,32	4.368,19	0	0	0	0	0	87.363,78	0,00
MÊS 6	87.363,78	0	0	0	0	0	52.418,27	30.577,32	4.368,19	0	0	0	0	87.363,78	0,00
MÊS 7	87.363,78	0	0	0	0	0	0	52.418,27	30.577,32	4.368,19	0	0	0	87.363,78	0,00
MÊS 8	87.363,78	0	0	0	0	0	0	0	52.418,27	30.577,32	4.368,19	0	0	87.363,78	0,00
MÊS 9	91.731,97	0	0	0	0	0	0	0	0	55.039,18	32.106,19	4.586,60	0	91.731,97	0,00
MÊS 10	91.731,97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	55.039,18	32.106,19	4.586,60	91.731,97	0,00
MÊS 11	91.731,97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	55.039,18	32.106,19	87.145,37	4.586,60
MÊS 12	91.731,97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	55.039,18	55.039,18	36.692,79
TOTAL	1.034.069,48	47.652,97	75.450,54	79.421,62	79.421,62	84.186,92	86.966,67	87.363,78	87.363,78	89.984,69	91.513,56	91.731,97	91.731,97	992.790,09	41.279,39

TABELA 35 - PROJEÇÃO DE IMPOSTOS, COMISSÕES, ENCARGOS SOBRE PRÓ-LABORE DE VENDAS

MÊS	VENDAS	IMPOSTOS FED/EST	COMISSÕES SVENDAS	ENCARGOS PRÓ-LABORE VENDAS
MÊS 1	79.421,62	0,00		
MÊS 2	79.421,62	5.260,69	4.765,30	953,06
MÊS 3	79.421,62	5.260,69	4.765,30	953,06
MÊS 4	79.421,62	5.260,69	4.765,30	953,06
MÊS 5	87.363,78	5.260,69	4.765,30	953,06
MÊS 6	87.363,78	5.556,77	5.241,83	1.048,37
MÊS 7	87.363,78	5.556,77	5.241,83	1.048,37
MÊS 8	87.363,78	5.556,77	5.241,83	1.048,37
MÊS 9	91.731,97	5.556,77	5.241,83	1.048,37
MÊS 10	91.731,97	6.184,61	5.503,92	1.100,78
MÊS 11	91.731,97	6.184,61	5.503,92	1.100,78
MÊS 12	91.731,97	6.184,61	5.503,92	1.100,78
ANO II		6.184,61	5.503,92	1.100,78

TABELA 36 - FLUXO DE CAIXA MENSAL, PROJEÇÃO OTIMISTA

Item	DISCRIMINAÇÃO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12	TOTAL 2005
1	ENTRADAS	(2 + 3 + 4)	164.991,68	75.480,54	79.421,62	79.421,62	84.188,92	86.966,87	87.363,78	87.363,78	89.984,89	91.513,56	91.731,97	1.100.128,88
2	FINANCIAMENTO BANCÁRIO	(TABELA 5 A)	97.820,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	97.820,00
3	CAPITAL DE GIRO PRÓPRIO	(TABELA 5 A)	9.718,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.718,59
4	RECEBIMENTO DAS VENDAS	(TABELA 28)	47.862,97	75.450,54	79.421,62	79.421,62	84.188,92	86.966,87	87.363,78	87.363,78	89.984,89	91.513,56	91.731,97	992.780,09
5	SALIDAS	(6+7+8+9)	93.490,05	84.331,69	79.331,69	74.331,69	74.932,38	81.329,81	81.644,81	81.329,81	81.791,82	84.863,70	84.863,70	987.064,85
6	INVESTIMENTOS	(TABELA 5 A)	92.339,30	10.000,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.339,30
7	DESPESAS VARIÁVEIS		0,00	63.731,94	63.731,64	63.731,64	53.731,64	58.874,82	58.874,82	58.874,82	62.168,56	62.168,56	62.168,56	636.951,49
	Impostos	(TABELA 25)	0,00	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.260,69	5.566,77	5.566,77	5.566,77	6.184,61	6.184,61	6.184,61	61.823,67
	Enc.sociais s/pro-labore vendas 20%	(TABELA 25)	0,00	963,06	963,06	963,06	963,06	1.048,37	1.048,37	1.048,37	1.100,78	1.100,78	1.100,78	11.308,08
	Comissões s/vendas 6%	(TABELA 25)	0,00	4.765,30	4.765,30	4.765,30	4.765,30	5.241,83	5.241,83	5.241,83	5.503,92	5.503,92	5.503,92	56.540,28
	Insumos + Energia elétrica	(TABELA 28)	0,00	42.752,59	42.752,59	42.752,59	42.752,59	47.027,85	47.027,85	47.027,85	49.379,24	49.379,24	49.379,24	507.259,48
8	DESPESAS FIXAS		1.160,75	18.053,29	18.053,29	18.053,29	18.853,99	19.908,23	20.223,23	19.908,23	20.380,04	20.138,39	20.138,39	214.779,50
	Salários	(TABELA 20)	0,00	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.396,04	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	4.835,64	51.433,64
	Encargos Sociais	(TABELA 20)	0,00	4.892,50	4.892,50	4.892,50	4.892,50	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	5.381,75	57.242,25
	Seguros	(TABELA 23)	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	219,07	2.628,84
	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	179,68	2.156,16
	Despesas com conservação e limpeza	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	115,50	115,50	115,50	115,50	1.302,00
	Pró-Labore dos Sócios	(TABELA 21)	0,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	4.900,00	48.800,00
	Encargos Sociais s/pro-labore	(TABELA 21)	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	9.360,00
	Honorários profissionais (Contador)	(TABELA 5 B)	276,00	276,00	276,00	276,00	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	303,60	3.532,80
	Aluguel/ IPTU/ Seguro	(TABELA 5 B)	0,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	16.500,00
	IPVA/Licenciamento	(TABELA 5 B)	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.100,00
	Consumo de Água e Esgoto	(TABELA 5 B)	0,00	90,00	90,00	90,00	90,00	99,00	99,00	99,00	103,95	103,95	103,95	1.067,85
	Telefone/Internet/ Celular	(TABELA 5 B)	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	440,00	440,00	440,00	462,00	462,00	462,00	4.746,00
	Despesas com material de escritório	(TABELA 5 B)	100,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	110,00	115,50	115,50	115,50	115,50	1.302,00
	Contrib. /Mens. Sindicato Patronal	(TABELA 5 B)	276,00	0,00	0,00	0,00	303,60	0,00	315,00	0,00	363,70	0,00	0,00	1.198,20
	Outras despesas		0,00	0,00	0,00	0,00	249,49	249,49	249,49	249,49	386,70	386,70	386,70	2.544,78
	Desp.c/propagandas/promoções	(TABELA 5 B)	0,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.155,00	1.155,00	1.155,00	11.885,00
9	AMORTIZAÇÃO FINANCIAMENTO		0,00	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	22.920,84
	Empréstimo bancário	(TABELA 5 A)	0,00	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	2.546,76	22.920,84
10	SALDO CAIXA	(1 - 5)	61.501,51	-8.381,16	89,93	5.089,93	9.254,54	6.639,86	5.719,97	6.033,97	8.203,07	6.859,86	6.878,27	113.064,03

TABELA 37 - FLUXO DE CAIXA 10 ANOS - OTIMISTA

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	TOTAL 10 ANOS
1	ENTRADAS	(2 + 3 + 4)	1.100.128,88	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	10.035.239,49
2	FINANCIAMENTO BANCÁRIO	(TABELA 5 A)	97.620,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	97.620,00
3	CAPITAL DE GIRO PRÓPRIO	(TABELA 5 A)	9.718,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.718,59
4	RECEBIMENTO DAS VENDAS	(TABELA 26)	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	992.790,09	9.927.900,90
5	SAÍDAS	(6 + 7 + 8 + 9)	987.064,65	982.272,11	982.272,11	982.272,11	982.272,11	982.272,11	982.272,11	982.272,11	982.272,11	8.777.254,80
6	INVESTIMENTOS	(TABELA 5 A)	107.339,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.339,30
7	DESPESAS VARIÁVEIS		636.931,49	636.931,49	636.931,49	636.931,49	636.931,49	636.931,49	636.931,49	636.931,49	636.931,49	6.369.314,90
	Impostos	(TABELA 25)	61.823,67	61.823,67	61.823,67	61.823,67	61.823,67	61.823,67	61.823,67	61.823,67	61.823,67	618.236,70
	Enc.sociais s/pro-labore vendas 20%	(TABELA 25)	11.308,06	11.308,06	11.308,06	11.308,06	11.308,06	11.308,06	11.308,06	11.308,06	11.308,06	113.080,60
	Comissões s/vendas 6%	(TABELA 25)	56.540,28	56.540,28	56.540,28	56.540,28	56.540,28	56.540,28	56.540,28	56.540,28	56.540,28	565.402,80
	Insunhos + Energia elétrica	(TABELA 26)	507.259,48	507.259,48	507.259,48	507.259,48	507.259,48	507.259,48	507.259,48	507.259,48	507.259,48	5.072.594,80
8	DESPESAS FIXAS		214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	214.779,50	2.147.795,00
	Salários	(TABELA 20)	51.433,84	51.433,84	51.433,84	51.433,84	51.433,84	51.433,84	51.433,84	51.433,84	51.433,84	514.336,40
	Encargos Sociais	(TABELA 20)	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	57.242,25	572.422,50
	Seguros	(TABELA 23)	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	2.628,84	26.288,40
	Despesas com manutenção	(TABELA 24)	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	2.156,16	21.561,60
	Despesas com conservação e limpeza	(TABELA 5 B)	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	13.020,00
	Pró-Labore dos Sócios	(TABELA 21)	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	468.000,00
	Encargos Sociais s/pro-labore	(TABELA 21)	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	9.360,00	93.600,00
	Honorários profissionais (Contador)	(TABELA 5 B)	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	3.532,80	35.328,00
	Aluguel/IPTU/Seguro	(TABELA 5 B)	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	16.500,00	165.000,00
	IPVA/Licenciamento	(TABELA 5 B)	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	11.000,00
	Consumo de Água e Esgoto	(TABELA 5 B)	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	1.067,85	10.678,50
	Telefone/Internet/Celular	(TABELA 5 B)	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	4.746,00	47.460,00
	Despesas com material de escritório	(TABELA 5 B)	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	13.020,00
	Contrib.Mens.Sindicato Patronal	(TABELA 5 B)	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	1.198,20	11.982,00
	Outras despesas		2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	2.544,76	25.447,60
	Desp.c/propagandas/promoções	(TABELA 5 B)	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	11.865,00	118.650,00
9	AMORTIZAÇÃO FINANCIAMENTO		28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
	Empréstimo bancário	(TABELA 5 A)	28.014,36	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	30.561,12	152.805,60
10	SALDO CAIXA	(1 - 5)	113.064,03	110.517,98	110.517,98	110.517,98	110.517,98	110.517,98	110.517,98	110.517,98	110.517,98	1.257.984,69

Boa Tarde! Meu nome é _____ e estou realizando uma pesquisa de opinião para lançamento de um produto. A entrevista dura menos de 5 minutos. Posso contar com sua atenção?

Sexo do entrevistado:

☐ Masculino

☐ Feminino

1) O Sr.(a) reside (mora) nesse condomínio?

☐ Sim

☐ Não (agradeça e encerre)

2) Quantas pessoas residem (moram) em seu apartamento?

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

☐ mais de 5

3) Qual sua faixa etária?

(a) até 20

(b) entre 20 e 30

(c) entre 30 e 40

(d) mais de 40

4) Qual sua escolaridade?

(a) Ensino Fundamental (1ª a 4ª série)

(b) Ensino Fundamental (5ª a 8ª série)

(c) Ensino Médio incompleto (2º grau)

(d) Ensino Médio completo (2º grau)

(e) Superior ou pós-graduado

5) Quantas pessoas residem (moram) em seu apartamento? (inclusive o entrevistado)

(a) 1

(b) 2

(c) 3

(d) 4

(e) 5

(f) mais de 5 pessoas

6) A soma dos rendimentos mensal dos moradores:

(a) até 300,00

(b) entre 300,00 e 600,00

(c) entre 600,00 e 900,00

(d) entre 900,00 e 1.200,00

(e) entre 1.200,00 e 1.500,00

(f) mais de 1.500,00

7) Quantos pares de calçados diferentes que o Sr.(a) e sua família possuem que são utilizados diariamente?

(a) 2 (b) 3 (c) 4 (d) 5 (e) 6 (f) 7 (g) 8 (h) 9 (i) 10 (j) mais de 10 pares

8) Em qual dependência da casa o Sr.(a) guarda os seus calçados?

(a) BW (b) quarto (c) área de serviço (d) sala (e) outro. Qual? _____

9) O Sr.(a) possui algum móvel exclusivo (sapateira) para guardar os calçados usados diariamente?

(a) Sim. Qual? _____

(b) Não (pule as questões nº 10 e 11)

10) O móvel apresenta algum desconforto ou problema?

(a) Sim. Qual? _____

(b) Não.

11) O Sr.(a) consegue identificar o par de calçado desejado sem tirá-lo do móvel (local) onde está guardado?

(a) sim

(b) não

12) Gostaria de ter um móvel próprio para guardar os calçados de uso diário?

(a) sim

(b) não

13) Se o Sr.(a) tivesse a oportunidade de adquirir um móvel, que pudesse ser utilizado como sapateira e ao mesmo tempo decorasse sua casa e não ocupasse espaço, o Sr.(a) compraria?

(a) sim

(b) não

14) Quanto estaria disposto a pagar por esse móvel?

(a) até R\$ 100,00 (b) de R\$ 100,00 a R\$ 200,00 (c) mais de R\$ 200,00

15) O Sr.(a) poderia nos fornecer seu telefone ou email?

Muito obrigado(a) pela colaboração.

CARTÃO 1	
Qual letra corresponde a sua faixa etária?	
A	Até 20 anos
B	Entre 20 e 30 anos
C	Entre 30 e 40 anos
D	Mais de 40 anos

CARTÃO 2	
Qual número corresponde a sua renda familiar mensal?	
1	De R\$ 4649,00 a R\$ 7793,00
2	De R\$ 2805,00 a R\$ 4648,00
3	De R\$ 1669,00 a R\$ 2804,00
4	De R\$ 927,00 a R\$ 1668,00
5	De R\$ 424,00 a R\$ 926,00
6	De R\$ 207,00 a R\$ 423,00
7	Até R\$ 206,00

APÊNDICE 2: PROCESSOS DE PRODUÇÃO DA SAPATEIRA

PROCESSO DE PRODUÇÃO DE SAPATEIRA - 1ª ETAPA (Corte e Lixa)

Máquina Serra 1	M1.1	Regulagem da máquina
	M1.1.1	Corte das chapas 15 mm revestidas 1 lado (laterais e central)
	M1.2	Regulagem da máquina
	M1.2.1	Corte das chapas 15 mm revestidas 2 lados (superior e inferior)
	M1.3	Regulagem da máquina
	M1.3.1	Corte das chapas 15 mm revestidas 2 lados (laterais da porta)
	M1.4	Regulagem da máquina
	M1.4.1	Corte das chapas 15 mm revestidas 2 lados (superior e inferior da porta)
	M1.5	Regulagem da máquina
	M1.5.1	Corte das chapas 3 mm revestidas 1 lado (fundo do espelho)
Máquina Serra 2	M2.1	Regulagem da máquina
	M2.1.1	Corte das chapas 6 mm sem revestimento (sulcos laterais e central)
	M2.2	Regulagem da máquina
	M2.2.1	Corte das chapas 6 mm sem revestimento (prateleiras)
	M2.3	Regulagem da máquina
	M2.3.1	Corte das chapas 3 mm revestidas 1 lado (fundo)
	M2.4	Regulagem da máquina
	M2.4.1	Corte da moldura (laterais da porta)
	M2.5	Regulagem da máquina
	M2.5.1	Corte da moldura (superior e inferior da porta)
Máquina Lixa	L.1	Seleção das peças
	L.1.1	Lixa de acabamento

PROCESSO DE PRODUÇÃO DE SAPATEIRA - 2ª ETAPA (Montagem)

Bancada 1	B1.1	Selecionar peças para montagem dos sulcos (laterais e central)
	B1.1.1	Aplicar cola
	B1.2	Selecionar peças para montagem da porta
	B1.2.1	Aplicar cola
	B1.2.2	Colocar tarugos
	B1.2.3	Colocar dobradiças
	B1.2.4	Colocar fecho tolete
	B1.2.5	Fixar molduras

Bancada 2	B2.1	Selecionar peças para montagem da caixa
	B2.1.1	Demarcar furos
	B2.1.2	Furar
	B2.2	Selecionar peças da porta (furos)
	B2.2.1	Demarcar furos
	B2.2.2	Furar

Bancada 3	B3.1	Selecionar peças para montagem da caixa (cola)
	B3.1.1	Aplicar cola
	B3.1.2	Colocar tarugos
	B3.1.3	Colocar fundo
	B3.1.4	Fixar fundo

PROCESSO DE PRODUÇÃO DE SAPATEIRA - 3ª ETAPA (Acabamento e Embalagem)

Bancada 4	B4.1	Selecionar peças para acabamento da caixa
	B4.1.1	Aplicar cola nas bordas
	B4.1.2	Fixar bordas
	B4.2	Selecionar peças para acabamento da porta
	B4.2.1	Aplicar cola nas bordas
	B4.2.2	Fixar bordas

Bancada 5	B5.1	Colocar espelhos
	B5.1.1	Colocar fundo espelho
	B5.1.2	Fixar fundo
	B5.2	Preparar embalagem
	B5.2.1	Colocar prateleiras
	B5.2.2	Colocar informativo de utilização
	B5.2.3	Colocar buchas e parafusos para colocação
	B5.2.4	Controle de qualidade final
	B5.2.5	Embalar

APÊNDICE 3 – LISTA DE FORNECEDORES CONSULTADOS

LEO MADEIRAS (madeiras e acessórios)

Av. Senador Salgado Filho, 216 A - Curitiba-PR - CEP: 80215-270
Fone: 3332-2266

PLACACENTRO A MEDIDA CERTA (madeiras e serviços de corte)

Rua das Carmelitas, nº 3581 - Boqueirão - Curitiba - PR - CEP: 81730-050
Fone: 3344-4252 Fax: 3344-6114
amedidacerta@amedidacerta.com.br

ZONATTO VILLA & CIA LTDA (compensados, madeiras e ferragens)

Rua Coronel Amazonas Marcondes, nº 254 - Cabral - Curitiba - PR
Fone: 3254-1762

CASA DO MOVELEIRO (compensados, ferragens)

Contato: Emerson
Rua 21 de junho, nº 70 - Tarumã - Curitiba - PR
Fone: 3366-3134
Forma de pgto: cheque p/ 30/60 dias - p/90 d. 1,5% juros

ARBORETO (lâminas, madeiras, ferragens e compensados)

Contato: Edegard dos Santos
Rua João Bettega, nº 4215 - CIC - Curitiba - PR - CEP: 81350-000
Fone: 3288-2828

FERRAMENTAS GERAIS

Contato: Jacon - fone: 316-4190
Rua João Bettega, nº 4280 - Curitiba - PR - CEP: 81350-900
Fone: 3316-4100 Fax: 3316-4141
www.fg.com.br

LAMINORT - IND. COM. LÂMINAS S.A (lâminas naturais, nacionais e importadas)

Rua João Bettega, nº 4050 - CIC - Curitiba - PR - CEP: 81350-900 Fone: 3245-0100

APÊNDICE 4 – INSTITUIÇÕES DE CLASSES CONSULTADAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DO MOBILIÁRIO

Av. Brigadeiro Faria de Lima, ° 1234 – 15° - cj. 151/152
01452-904 – São Paulo – SP
abimovel@abimovel.com
www.abimovel.com

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ – FIESP

Departamento econômico
Av. Cândido de Abreu, nº 200 – 6° and.
80530-902 – Curitiba – PR
Fone: 352-2211
fiepr.dec@fiepr.com.br

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DA MADEIRA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Dr. Muricy, nº 474 – 6° and
Fone: 222-5482
Curitiba – PR

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ – FETRACONSPAR

Rua Dr. Faivre, nº 888
Fone: 264-4211 ax: 264-4292
Curitiba – PR
fetraconspar@qwnet.com.br

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO E MARCENARIA DO ESTADO DO PARANÁ - SIMOV

Av. Sete de Setembro, nº 4698 – 16° - conj. 1601/2
Fone/Fax: 342-5052
Curitiba- PR
simov@bsi.com.br

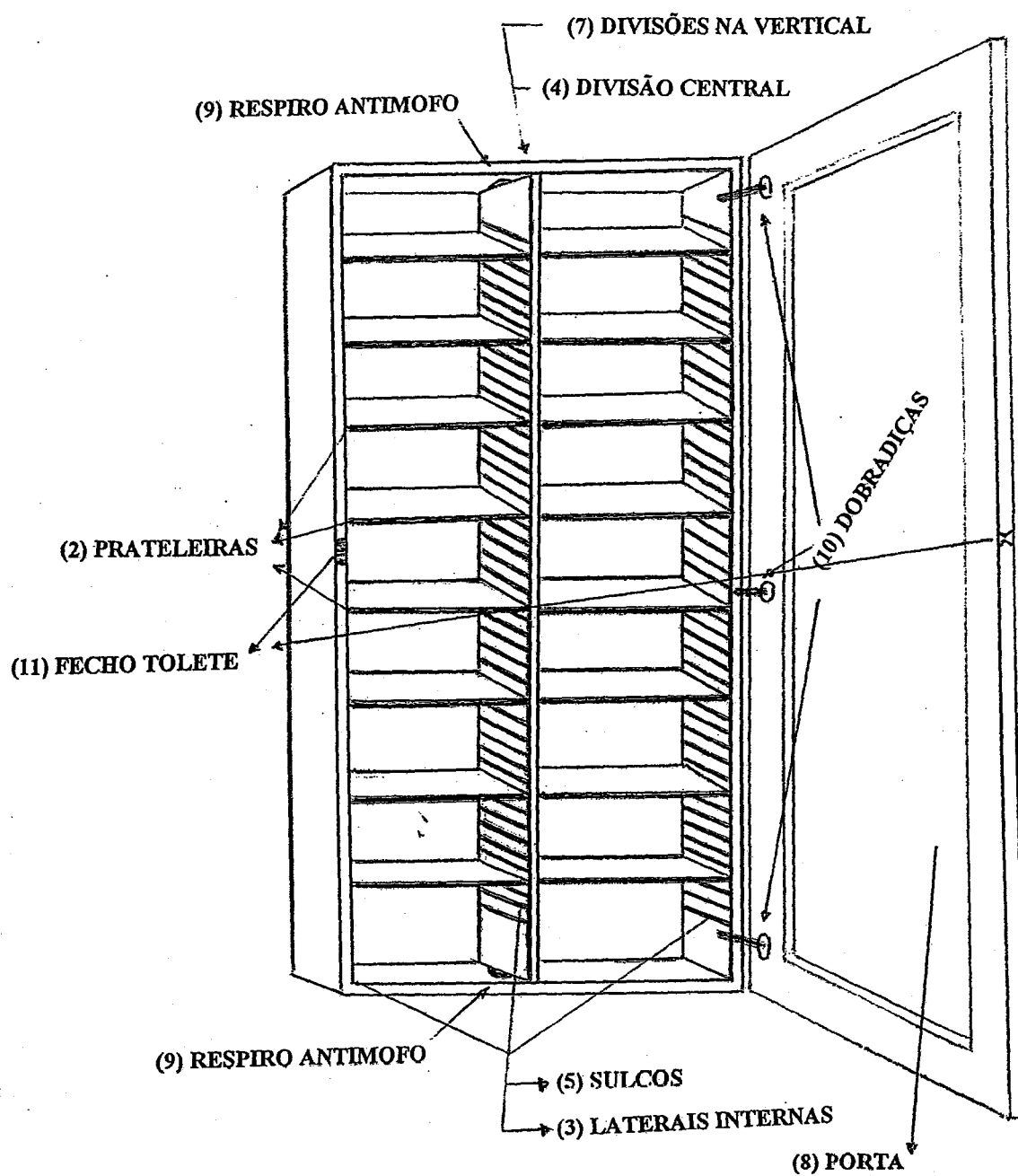
SEBRAE-PR

Endereço: Rua Caeté, 150, Bairro: Prado Velho
Telefone: (41) 330-5856
Curitiba - PR

ASSOCIAÇÃO CENTRO DE COMÉRCIO EXTERIOR DO PARANÁ – CEXPAR

Avenida Getúlio Vargas, 2345 - Água Verde - Curitiba - Paraná - CEP: 80240-040
Fone: (41) 3019-8182 - Fax: (41) 3024-7544
www.cexpar.com.br

FIGURA 01



DIMENSÕES
1,30 X 0,70 X 0,16

FIGURA 02

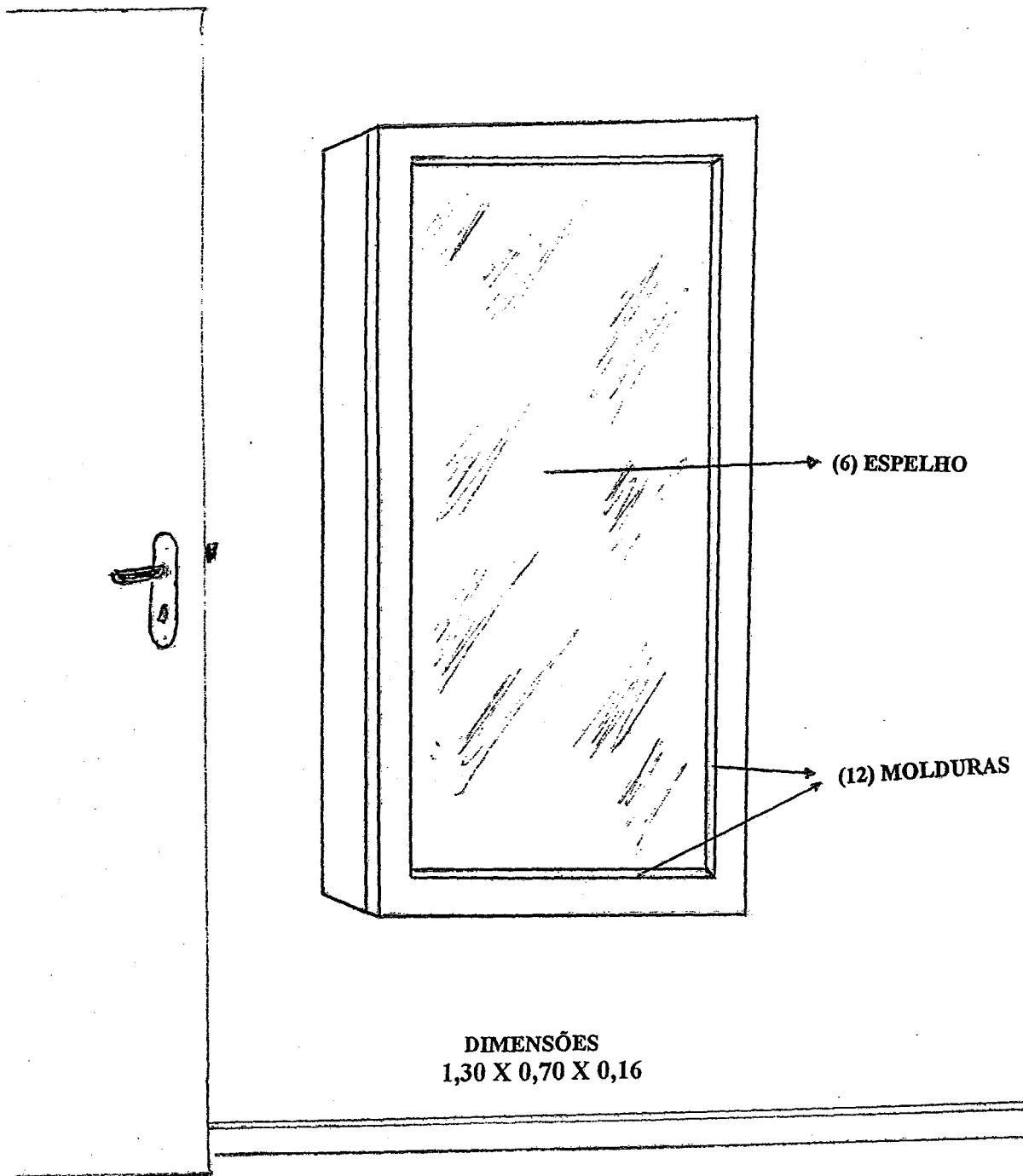
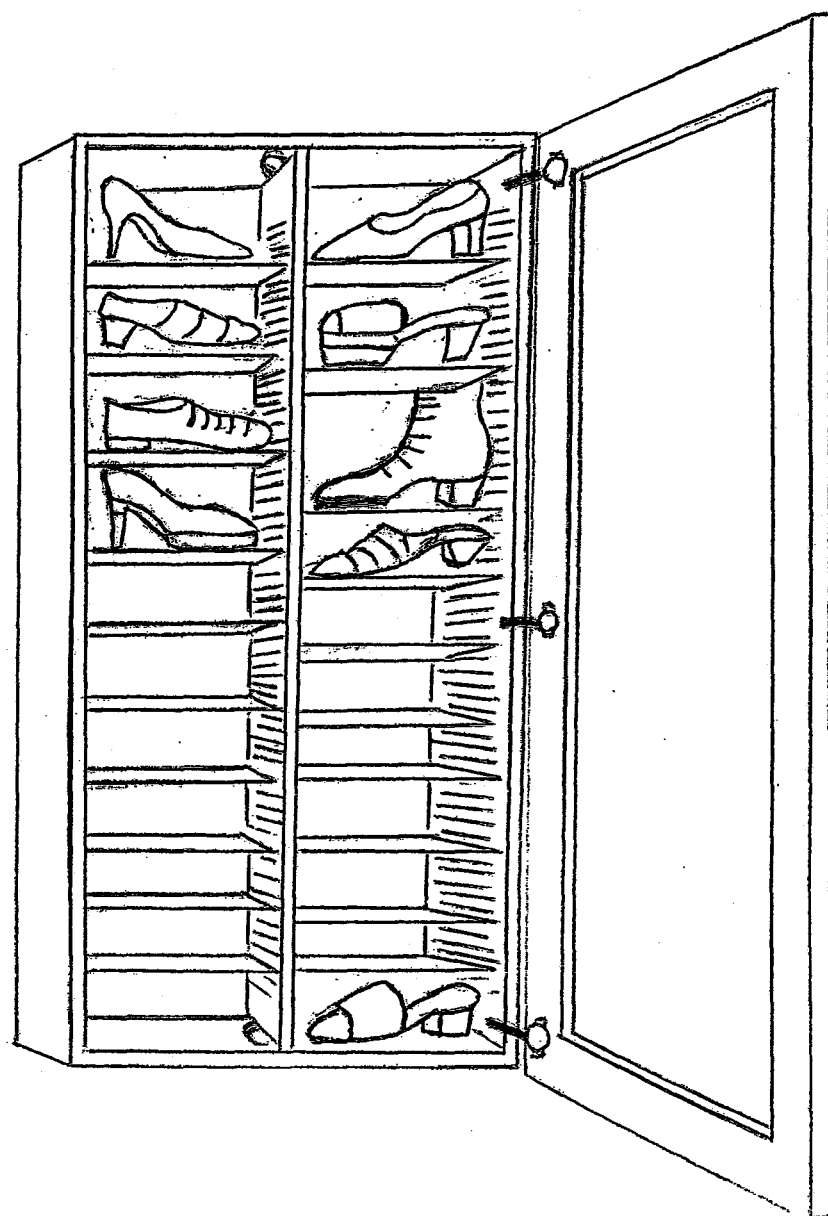


FIGURA 03



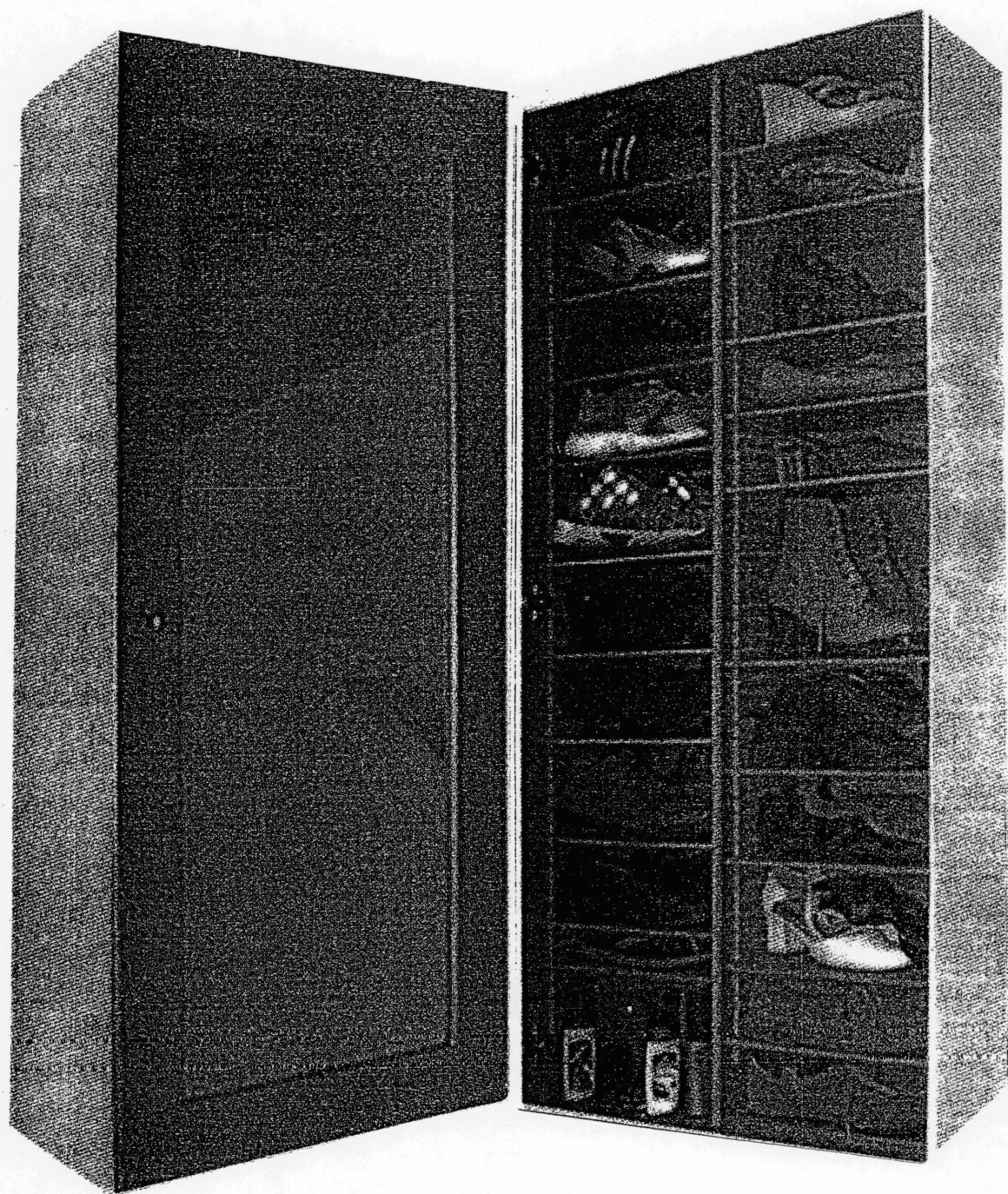
DIMENSÕES
1,30 X 0,70 X 0,16

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1	- FOTO SAPATEIRA CERTA.....	90
ANEXO 2	- FOTOS DE MODELOS DE SAPATEIRAS COMERCIALIZADAS NO MERCADO.....	92
ANEXO 3	- CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO.....	94
ANEXO 4	- DECRETO ESTADUAL DO GOVERNO DO PARANÁ Nº 246 DE 29/01/2003 - REGIME SIMPLES DO GOVERNO FEDERAL.....	107
ANEXO 5	- TABELA DE CONTRIBUIÇÃO CONFEDERATIVA.....	112

ANEXO 1 – FOTO SAPATEIRA CERTA

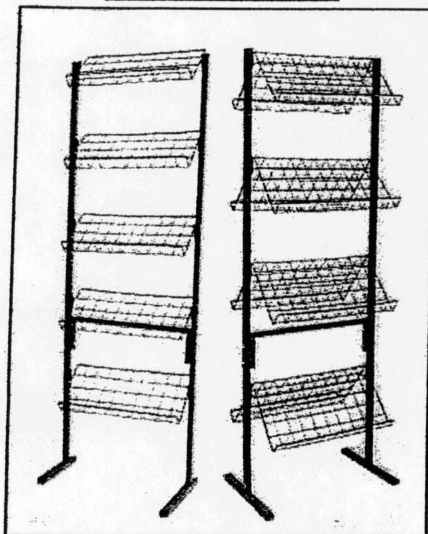
ANEXO 1 – FOTO SAPATEIRA CERTA



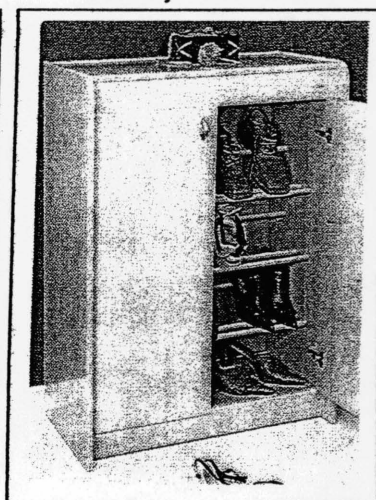
**ANEXO 2 – FOTOS DE MODELOS DE SAPATEIRAS COMERCIALIZADAS NO
MERCADO**

**ANEXO 2 – IMAGENS DE MODELOS DE SAPATEIRAS COMERCIALIZADAS
NO MERCADO**

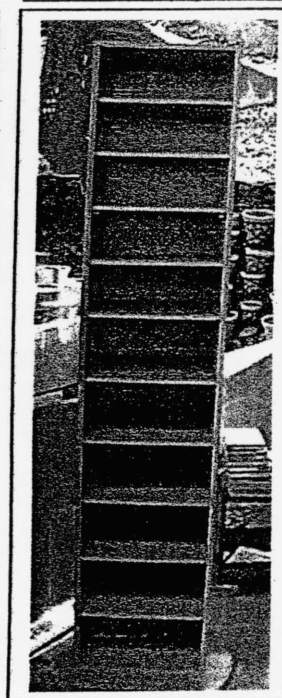
SAPATEIRA ARAME
www.arcamp.com.br



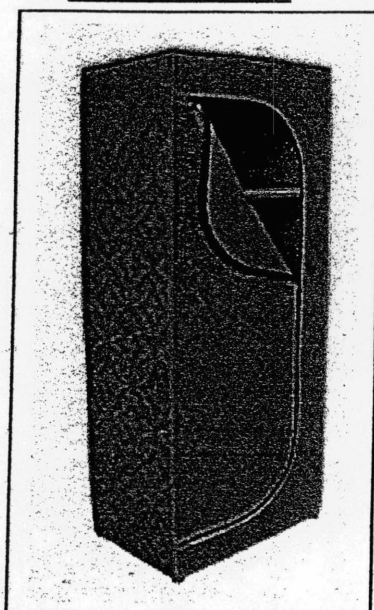
SAPATEIRA BALCÃO
www.lojaskd.com.br



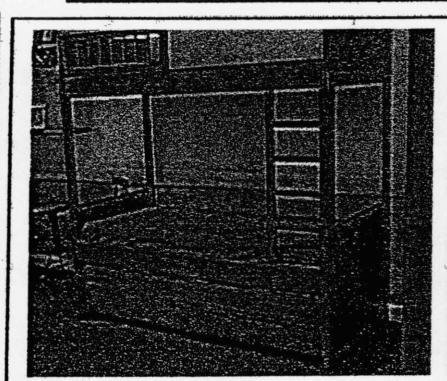
SAPATEIRA ARTESANAL
www.feiradolargo.com.br



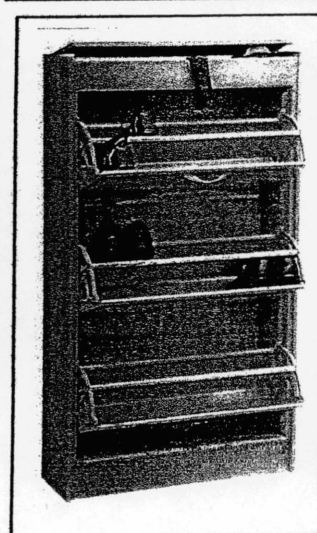
SAPATERIA PLÁSTICO
www.extra.com.br



SAPATEIRA CAMA
www.pauliceiamadeiras.com.br



SAPATEIRA BASCULANTE
www.casadaprateleira.com.br



**ANEXO 3 – CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO
(Sindicato dos Moveleiros 2004/2005)**



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO

2004/2005

ÍNDICE

CLÁUSULA / ASSUNTO	PG	CLÁUSULA / ASSUNTO	PG
01 VIGÊNCIA	02	39 HIGIENE	06
02 CATEGORIAS ABRANGIDAS	02	40 LICENÇA REMUNERADA PARA DIRIGENTES SINDICAIS	06
03 REAJUSTE SALARIAL	02	41 ABONO A APOSENTADORIA	06
04 PISO SALARIAL	02	42 FALECIMENTO DE EMPREGADO	06
05 CLASSIFICAÇÃO PROFISSIONAL	02	43 DEFICIENTE FÍSICO	06
06 MENORES APRENDIZES	03	44 SAQUE DO PIS	06
07 REGISTRO, RECEBIMENTO E ENTREGA CTPS	03	45 SINDICALIZAÇÃO EMPREGADOS	6/7
08 CONTRATO DE EXPERIÊNCIA	03	46 QUADRO DE AVISOS	07
09 TRABALHO POR TAREFA OU PRODUÇÃO	03	47 ELEIÇÕES SINDICAIS	07
10 SALÁRIO DE SUBSTITUIÇÃO	03	48 ESTACIONAMENTO	07
11 PAGAMENTO DE SALÁRIO	03	49 LAZER	07
12 ADIANTAMENTO SALARIAL	03	50 LIVRE ACESSO	07
13 ERRO NA FOLHA DE PAGAMENTO	03	51 PROTEÇÃO DO EMPREGADO	07
14 COMPROVANTES DE PAGAMENTO	03	52 CIPA	07
15 AUSÊNCIAS LEGAIS	03	53 ASSIST. JURÍDICA VIGIAS	07
16 ABONO DE FALTA AO ESTUDANTE	03	54 ACERVO TÉCNICO	07
17 TESTADOS	03	55 MEDICAMENTOS	08
18 FÉRIAS	04	56 CONVÊNIO FARMÁCIA	08
19 FÉRIAS PROPORCIONAIS	04	57 PPRA E PCMSO	08
20 FÉRIAS PARCIAIS	04	58 TRANSPORTE DE ACID. DOENTES E PARTURIENTES	08
21 HORAS EXTRAS	04	59 REMESSA DA CAT	08
22 INTEGRAÇÃO DAS HORAS EXTRAS	04	60 COMPROVANTES DEPÓSITOS DE FGTS	08
23 COMPENSAÇÃO DE HORÁRIO DE TRABALHO	04	61 INSPEÇÃO DE CALDEIRAS	08
24 BANCO DE HORAS	04	62 TRANSFERÊNCIA	08
25 JORNADA INCOMPLETA	04	63 AMAMENTAÇÃO	08
26 TRANSPORTE / TRAJETO	04	64 MORADIA	08
27 JORNADA DE VIGIAS	04	65 PRESTAÇÃO DE SERVIÇO FORA DO DOMICÍLIO	08
28 ADICIONAL NOTURNO	05	PROFISSIONAL	08
29 PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS E RESULTADOS (PLR)	05	66 COMISSÕES DE CONCILIAÇÃO PRÉVIA	08
30 AVISO PRÉVIO	05	67 COMISSÃO INTERSINDICAL	08
31 DEMISSÃO POR JUSTA CAUSA	05	68 NEGOCIAÇÃO PERMANENTE	08
32 RESCISÕES CONTRATUAIS	05	69 COMISSÃO PARITÁRIA	08
33 EXAMES MÉDICOS	05	70 RELAÇÃO DE EMPREGADOS	09
34 FERRAMENTAS	05	71 RECOLHIMENTO DE MENSALIDADE	09
35 EPI	5/6	72 CONTRIBUIÇÃO CONFEDERATIVA	09
36 UNIFORMES	06	73 CONTRIBUIÇÃO NEGOCIAL	09
37 GARANTIA ESPECIAL DE TRABALHO	06	74 MULTA	10
38 CRECHE	06	75 FORO	10



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO

2004/2005

Convenção Coletiva de Trabalho que entre si fazem:

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO E MARCENARIA DO ESTADO DO PARANÁ - CNPJ: 76.690.247/0001-49.

e de outro lado:

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ - FETRACONSPAR - CNPJ 76.703.347/0001-62; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE PINCEIS, PALITOS, ESCOVAS, SERRARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADAS, AGLOMERADOS, CHAPAS DE FIBRAS DE MADEIRA, MÓVEIS DE MADEIRA E OFICIAIS MARCENEIROS DE CASTRO - CNPJ: 00.787.201/0001-80; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE CIANORTE - CNPJ: 77.941.284/0001-45; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE GUARAPUAVA - CNPJ: 75.643.619/0001-13; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS MADEIREIRAS, MOVELEIRAS E SIMILARES DE JAGUARIAÍVA - CNPJ: 04.239.799/0001-24; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE JATAIZINHO E IBIPORÁ - CNPJ: 80.921.513/0001-74; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE LONDRINA - CNPJ: 78.635.885/0001-92; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE MARINGÁ; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAGUÁ - CNPJ: 78.179.009/0001-07; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAVAI - CNPJ: 77.188.571/0001-26; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PATO BRANCO - CNPJ: 80.872.153/0001-68; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE SERRARIAS, CARPINTARIAS, TANOARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADOS, AGLOMERADOS E CHAPAS DE FIBRAS DE MADEIRA, MARCENEIROS, INDÚSTRIAS DE MÓVEIS DE MADEIRA, MÓVEIS DE JUNCO E VIME, VASSOURAS, CORTINADOS E ESTOFADOS, ESCOVAS E PINCEIS DE QUEDAS DE IGUAÇU - CNPJ: 95.587.721/0001-56; SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UBITATÁ - CNPJ: 78.681.483/0001-24 e o SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UNIÃO DA VITÓRIA - CNPJ: 81.646.564/0001-06.

As entidades sindicais supracitadas celebram através deste instrumento com fulcro nos artigos 611 e seguintes da CLT,

CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO mediante as cláusulas abaixo:

Integram a base territorial dos Sindicatos convenientes, os seguintes municípios abaixo relacionados:

BASE TERRITORIAL DA FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ - FETRACONSPAR - Farol.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE PINCEIS, PALITOS, ESCOVAS, SERRARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADAS, AGLOMERADOS, CHAPAS DE FIBRAS DE MADEIRA, MÓVEIS DE MADEIRA E OFICIAIS MARCENEIROS DE CASTRO - Castro.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE CIANORTE - Aruna, Japurá, Jussara, São Manoel do Paraná e Terra Boa.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE GUARAPUAVA - Chopinzinho, Honório Serpa, Mangueirinha, Prudentópolis e Saudade do Iguaçu.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS MADEIREIRAS, MOVELEIRAS E SIMILARES DE JAGUARIAÍVA - SITIM/PR - Jaguariaíva.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE JATAIZINHO E IBIPORÁ - Ibiporã e Jataizinho.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE LONDRINA - Abatiá, Bela Vista do Paraíso, Congonhinhas, Conselheiro Mairinck, Cornélio Procopio, Jaboti, Japira, Jundiá do Sul, Nova América da Colina, Nova Fátima, Quatiguá, Ribeirão do Pinhal, Santa Amélia, Santa Cecília do Pavão, Santo Antônio do Paraíso, São Sebastião da Amoreira e Sertãoópolis.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE MARINGÁ - Astorga, Atalaia, Bom Sucesso, Campo Mourão, Doutor Camargo, Engenheiro Beltrão, Florai, Floresta, Flórida, Iguaçu, Itambé, Ivatuba, Lobato, Mandaguai, Munhoz de Mello, Ourizuna, Paigandu, Peabiru, Presidente Castelo Branco, Santa Fé, São Carlos do Ivaí, São Jorge do Ivaí e Uniflor.



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAGUÁ - Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAVÁ - Alto Paraná, Cruzeiro do Sul, Gualracá, Inajá, Jardim Olinda, Mirador, Nova Aliança do Ivaí, Nova Esperança, Paraíso do Norte, Paranaity, Paranaipoema, Paranaí, Santo Antônio do Caiuá, São João do Caiuá, Tamboara e Terra Rica.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PATO BRANCO - Bom Sucesso do Sul, Coronel Vivida, Pato Branco, São João e Vitorino.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE SERRARIAS, CARPINTARIAS, TANOARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADOS, AGLOMERADOS E CHAPAS DE FIBRAS DE MADEIRA, MARCENEIROS, INDÚSTRIAS DE MÓVEIS DE MADEIRA, MÓVEIS DE JUNCO E VIME, VASSOURAS, CORTINADOS E ESTOFADOS, ESCOVAS E PINCEIS DE QUEDAS DE IGUAÇU - Espigão Alto do Iguaçu e Quedas do Iguaçu.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UBITATÁ - Boa Esperança, Cafelândia, Campina da Lagoa, Centenário, Formosa do Oeste, Goio-erê, Iracema do Oeste, Iretama, Janiópolis, Jesuítas, Juranda, Luisiana, Mamborê, Nova Aurora, Nova Cantú, Quarto Roncador, Rancho Alegre do Oeste e Ubitatá.

BASE TERRITORIAL DO SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UNIÃO DA VITÓRIA - Clevelândia e Mariópolis.

01 VIGÊNCIA

O prazo de vigência desta convenção será de 01 (um) ano, a contar de 1º de maio de 2004 a 30 de abril de 2005.

02 CATEGORIAS ABRANGIDAS

A presente Convenção Coletiva de Trabalho abrange as categorias econômicas e profissionais representadas pelas entidades convenientes em suas respectivas bases territoriais, sendo Indústrias do Mobiliário e Marcenaria (Fabricação de Móveis de Madeira, Junco, Vime, Fabricação de Móveis de Metal, Fabricação de Móveis de Material Plástico e Fibra de Vidro, Banco de Automóveis, Cortinados, Estofos, Fabricação de Artefatos de Colchoaria, Fabricação de Persianas e Artefatos do Mobiliário, Fabricação de Móveis e Peças do Mobiliário e Marcenaria em Geral).

03 REAJUSTE SALARIAL

A partir de 1º de maio de 2004, aos empregados da categoria, será concedida a seguinte correção salarial:

Sobre os salários do mês de maio de 2003, já reajustados de acordo com as cláusulas 3ª, 4ª da CCT homologadas pela DRT/PR em 28/07/2003, será aplicado o percentual de 8% (oito por cento).

04 PISO SALARIAL

A partir de 1º de maio de 2004, fica instituído o pagamento de um PISO SALARIAL mínimo à todos os trabalhadores da categoria profissional no valor de R\$ 1,94 (um real e noventa e quatro centavos) por hora ou R\$ 426,80 (Quatrocentos e vinte e seis reais e oitenta centavos) mensais, referentes a 220 (duzentos e vinte) horas.

Parágrafo Primeiro: Face a assinatura da presente CCT ter ocorrido após os pagamentos dos salários e pisos dos meses de Maio, Junho, Julho, Agosto e Setembro/2004, acordam as partes que eventuais diferenças entre os valores pagos e o valor ora acordado, deverão ser quitadas aos trabalhadores, juntamente com o pagamento dos salários de outubro/2004, ou seja, até o 5º dia útil de novembro/2004.

Parágrafo Segundo: Os trabalhadores que foram desligados a partir de 1º de Maio de 2004, também terão direito às diferenças acima, que serão pagas de uma só vez.

05 CLASSIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Os empregados da categoria representada pelas Entidades signatárias, terão a seguinte classificação profissional:

AUXILIAR DE PRODUÇÃO: Nesta função se enquadram todos os empregados que não possuem conhecimento técnico indispensável para o exercício do ofício e que se subordinam diretamente ao meio profissional e ao profissional recebendo o piso salarial;

MEIO PROFISSIONAL OU PROFISSIONAL NÍVEL I: Nesta função se enquadram todos os empregados que não possuem ainda a capacidade e o desembaraço do oficial e executando os serviços sob a orientação e fiscalização do profissional ou ainda do encarregado/supervisor que receberá o piso salarial acrescido de 10% (dez por cento);

PROFISSIONAL OU PROFISSIONAL NÍVEL II: É todo empregado que possuindo amplos e especializados conhecimentos de seu ofício tem capacidade de avaliá-lo e realizá-lo com produtividade e desembaraço. Nesta categoria estão incluídas diferentes funções inerentes ao ramo cujo as principais são: Almoxarife, Carpinteiros, Costureiro, Estofadores, líder de Equipe, Marceneiro, Montador de Móveis, Pintores, Soldador, Tapeceiro, Torneiro, Vigias, Operadores de máquinas (Operadores de plaina, Fresa, CNC, Desengrossadeira, Destopadeira, Serra Circular, Esquadrejadeira, Tomo, Lixadeira, Tupia) e outros semelhantes que receberão o piso salarial acrescido de 20% (vinte por cento);

ENCARREGADO/SUPERVISOR: É todo empregado que possui amplos e especializados conhecimentos do ofício, com condições de realizá-lo e avaliá-lo, possuindo condições para esta função de confiança que receberá o piso salarial acrescido de 40% (quarenta por cento);

Parágrafo Primeiro: As empresas da categoria econômica, se obrigam a enquadrar seus empregados de acordo com a classificação acima, mediante a respectiva anotação na CTPS.

Parágrafo Segundo: Esta cláusula poderá ser ampliada pelas empresas, mediante a implantação de plano de cargos e salários, devidamente registrado na DRT/PR.

Parágrafo Terceiro: A experiência anterior, não obriga as empresas da categoria econômica à classificação, sendo facultada a contratação do empregado sempre no cargo de acesso.

Parágrafo Quarto: Os empregados do setor de administração também serão classificados em conformidade com os níveis acima especificados.



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

06 MENORES APRENDIZES

As empresas encaminharão ao Sindicato Profissional, a relação dos empregados menores, enquadrados na Lei 10.097 de 19/12/2000, bem como o nome das Instituições em que os mesmos estão se profissionalizando.

Parágrafo Único: Observadas as demais exigências previstas na Lei nº 10.097/2000, ao menor aprendiz (idade entre 14 e 16 anos) será garantido o salário mínimo governamental, não se lhe aplicando as disposições contidas nas cláusulas 03, 04 e 05 deste instrumento.

07 REGISTRO, RECEBIMENTO E ENTREGA DA CTPS

As empresas procederão as anotações na Carteira de Trabalho e Previdência Social dos empregados em consonância com o estabelecido no artigo 29 da CLT, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, fornecendo recibo por ocasião de sua apresentação e entrega, bem como, de outros documentos.

Parágrafo Único. Obrigam-se as empresas a anotar na Carteira Profissional do empregado a real função exercida pelo mesmo.

08 CONTRATO DE EXPERIÊNCIA

Os contratos de experiência terão duração mínima de 30 (trinta) dias podendo ser prorrogado pelo mesmo período, desde que não ultrapasse a 60 (sessenta) dias e deverão conter a assinatura do empregado sobre a data, bem como, ser registrado na CTPS. A empresa fornecerá ao empregado a 2ª (segunda) via do contrato de experiência firmado por prazo determinado.

09 TRABALHO POR TAREFA OU PRODUÇÃO

Para efeito do cálculo do 13º (décimo terceiro) salário e de férias, serão computados os valores recebidos nos últimos 12 (doze) meses para os empregados que trabalham por tarefa ou produção, ficando garantido em qualquer caso, o pagamento do piso salarial estipulado na presente CCT.

10 SALÁRIO DE SUBSTITUIÇÃO

Ao Trabalhador admitido para a função de outro dispensado, sem justa causa, será garantido salário igual ao do Trabalhador de menor salário na função, sem considerar vantagens pessoais.

Assegura-se ao Trabalhador, quando da substituição de outro, por prazo superior a 10 (dez) dias, o mesmo salário do substituído, enquanto perdurar a situação e se o substituto exercer todas as atribuições funcionais do substituído.

11 PAGAMENTO DE SALÁRIO

Os salários deverão ser pagos até o término do expediente de trabalho, quando realizados em dinheiro, cheque administrativo, cheque-salário, cheque bancário ou cartão eletrônico, mediante depósito em conta corrente.

No caso de pagamento por cheque de emissão da própria empresa, o pagamento deverá ocorrer até às 11:00 horas, de segunda à sexta-feira e a empresa deverá liberar o empregado para o desconto do mesmo, sem desconto das horas.

Em qualquer dos casos, o pagamento dos salários deverá ser efetuado até o quinto dia 5º (quinto) útil do mês subsequente ao vencido.

Incorrendo o pagamento após o 9º (nono) dia útil, pagará a Empresa multa, diretamente ao empregado, equivalente à 01 (um) dia de salário por dia de atraso, ou valor a ser estipulado diretamente entre a Empresa e o Sindicato Profissional.

Parágrafo Único: A 1ª (primeira) parcela do 13º (décimo terceiro) salário deverá ser efetuada até o dia 30 de novembro e a 2ª (segunda) até o dia 20 de dezembro.

12 ADIANTAMENTO SALARIAL

As empresas poderão, a seu exclusivo critério, conceder até o dia 20 de cada mês, adiantamento salarial no percentual de 40% por cento do salário nominal do empregado, em dinheiro.

13 ERRO NA FOLHA DE PAGAMENTO

Quando constatado erro na folha de pagamento, não decorrente de verbas controvertidas, a empresa se obriga a corrigir o mesmo, no prazo de 72 (setenta e duas) horas.

14 COMPROVANTES DE PAGAMENTO

Os empregadores fornecerão obrigatoriamente aos empregados, os comprovantes de pagamento datados e devidamente assinados pelo empregado (envelopes ou recibos), especificando o nome da empresa, do empregado, e as parcelas pagas a qualquer título, de forma discriminada, o valor do recolhimento do FGTS e os descontos efetuados.

15 AUSÊNCIAS LEGAIS

O empregado terá direito as seguintes ausências legais:

- a) de 03 (três) dias úteis consecutivos, em caso de falecimento do cônjuge, ascendente ou descendente;
- b) de 05 (cinco) dias consecutivos em virtude de casamento;
- c) de 05 (cinco) dias úteis consecutivos no decorrer da primeira semana de nascimento de filho, na forma da C.F.;
- d) de 02 (dois) dias úteis em caso de internação de filho, ou de esposa (o), limitando-se a referida ausência a 02 (duas) vezes ao ano;
- e) de 02 (dois) dias úteis no caso de falecimento de irmão, mediante apresentação de certidão de óbito ou no falecimento de sogra ou sogro, comprovado através de certidões de casamento e de óbito.
- f) nos dias úteis em que, comprovadamente, houver faltado para a doação de sangue.

Parágrafo Primeiro: Para todos os efeitos desta cláusula, não se considerará o descanso semanal remunerado e os dias compensados.

Parágrafo Segundo: O empregado não perderá nenhuma vantagem oferecida pela empresa, caso se utilize do disposto nesta cláusula.

16 ABONO DE FALTA AO ESTUDANTE

Os empregados estudantes serão dispensados sem prejuízo de seus salários para prestação de provas constantes do currículo escolar ou vestibular que coincidam com o horário de trabalho, devendo o mesmo comprovar a efetiva realização da prova ou vestibular.

17 ATESTADOS

Serão aceitos os Atestados Médicos e Odontológicos fornecidos por Profissional de instituição de Previdência Social Federal, de profissional da Empresa ou por ela designado, de profissional indicado pelo Sindicato Profissional e Serviço Social da Indústria ou do Comércio, serviço de repartições federais, estaduais ou municipais, incumbidas de assuntos de higiene ou de saúde pública, bem como através de profissional particular.

Parágrafo Único: O empregado não perderá nenhuma vantagem oferecida pela empresa, caso se utilize do disposto nesta cláusula.



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

18 FÉRIAS

Quando o reajuste salarial ocorrer durante o período de férias, a complementação do pagamento deverá ser efetuada no primeiro mês subsequente ao gozo das mesmas.

Parágrafo único: A remuneração das férias do tarefeiro deve ser calculada com base na média da produção do período aquisitivo, aplicando-se-lhe a tarifa da data da concessão.

19 FÉRIAS PROPORCIONAIS

Para os empregados com mais de 60 (sessenta) dias de serviço para a mesma empresa, e que rescindam o seu contrato de trabalho por pedido de demissão, fica assegurado o pagamento das férias proporcionais correspondentes ao período trabalhado, desde que superior a 14 (catorze) dias, incluída a indenização de um terço de que trata o artigo 7º, XVII da CF.

20 FÉRIAS PARCIAIS

As férias parciais, individuais ou coletivas terão, obrigatoriamente, o seu início no primeiro dia útil da semana.

21 HORAS EXTRAS

As horas extras trabalhadas serão remuneradas com adicional de 50% (cinquenta por cento) para as duas primeiras trabalhadas e com o adicional de 60% (sessenta por cento) para as excedentes.

Parágrafo Único: As horas laboradas em dias destinados a repouso (domingos e feriados) serão pagas com adicional de 100% (cem por cento), independentemente do pagamento do repouso, conforme enunciado da Súmula 146 do TST.

22 INTEGRAÇÃO DAS HORAS EXTRAS

As horas extras deverão ser computadas no cálculo do 13º (décimo terceiro) salário, férias, aviso prévio, indenização por tempo de serviço e adicional, descanso semanal remunerado e FGTS, bem como refletirão nas demais verbas rescisórias.

23 COMPENSAÇÃO DE HORÁRIO DE TRABALHO

Visando a desburocratização das relações entre o Sindicato dos empregados e as empresas, fica acertado entre as partes, a oficialização do regime de compensação de horário de trabalho com a extinção total ou parcial do trabalho aos sábados, mediante homologação bi-anual do Sindicato Profissional, nas seguintes condições:

a) extinção completa do trabalho aos sábados: 7:20 (sete horas e vinte minutos) de trabalho correspondente aos sábados, serão compensadas no decurso da segunda à sexta-feira, com acréscimo de até no máximo, 02 (duas) horas diárias, de maneira que nesses dias sejam completadas 44 (quarenta e quatro) horas semanais, respeitados os intervalos de Lei, mediante acordo escrito com os empregados;

b) extinção parcial do trabalho aos sábados: as horas correspondentes à duração do trabalho aos sábados, serão da mesma forma compensadas pela prorrogação da jornada de segunda à sexta-feira, de até 01 (uma) hora diária, mediante acordo escrito com os empregados;

c) nenhum acréscimo salarial será devido sobre as horas excedentes, trabalhadas no curso de cada semana, para a compensação dos sábados, pela extinção total ou parcial do expediente nesse dia da semana;

d) sempre que, no prazo da prorrogação do horário para efeito de compensar o trabalho aos sábados, houver turno superior a 04 (quatro) horas, será obrigatório um intervalo de no mínimo 15 (quinze) minutos, não computados na duração do trabalho;

e) a empresa que adota o sistema de compensação de hora de trabalho, ou seja, com a suspensão total ou parcial do trabalho aos sábados, garantirá ao empregado o pagamento do dia em que faltou, mediante atestado, como se trabalhado estivesse, ou seja, com base no horário de 8:48 (oito horas e quarenta e oito minutos) e não 7:20 (sete horas e vinte minutos). O feriado coincidindo com o sábado compensado, será pago pela empresa como trabalho no horário normal, ou, seja 8:48 (oito horas e quarenta e oito minutos);

f) cumpridas as formalidades acima, deverá o Acordo de Compensação ser homologado junto à entidade obreira.

Parágrafo Único: A utilização do regime de compensação de horas de trabalho, para extinção do trabalho aos sábados, não impede a realização de trabalho extraordinário, mesmo nestes dias, sendo tais horas remuneradas como extras e mantida a validade e eficácia do acordo de compensação.

24 BANCO DE HORAS

Na vigência desta Convenção Coletiva de Trabalho, as empresas, juntamente com o Sindicato Profissional da localidade, poderão instituir o Banco de Horas.

25 JORNADA INCOMPLETA

Fica estabelecido que se por determinação da empresa a jornada de trabalho for reduzida no todo ou em parte, as horas não trabalhadas não poderão ser compensadas em outro dia, fazendo jus os empregados ao pagamento integral daquele dia, à exceção da existência do Banco de Horas.

26 TRANSPORTE / TRAJETO

O tempo despendido pelo empregado, em condução fornecida pelo empregador, até o local de trabalho de difícil acesso ou não servido por transporte regular público, e para o seu retorno, é computável na jornada de trabalho.

Parágrafo Primeiro: Se houver transporte público regular, em parte do trajeto percorrido em condução da empresa, as horas "in itinere" remuneradas limitam-se ao trecho não alcançado pelo transporte público.

Parágrafo Segundo: Se for o empregado recrutado em localidade distinta da empresa empregadora, no caso de dispensa sem justa causa, esta se obriga a providenciar o retorno do empregado a sua origem, bem como o pagamento das despesas.

27 JORNADA DE VIGIAS

As empresas que se utilizam de serviço de vigias, poderão optar pelo regime de compensação de 12 x 36 (doze por trinta e seis) horas, mediante celebração de acordo individual de compensação, dispensada a anuência do Sindicato dos Trabalhadores.



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

28 ADICIONAL NOTURNO

O adicional noturno, integra o salário do empregado em todas as verbas trabalhistas.

29 PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS E RESULTADOS (PLR)

Na vigência desta Convenção Coletiva de Trabalho, as empresas poderão adotar o sistema de participação nos lucros e resultados, mediante termo de acordo, a ser firmado com o Sindicato Profissional.

30 AVISO PRÉVIO

O aviso prévio será comunicado obrigatoriamente por escrito, contra recibo, esclarecendo se o empregado deve ou não trabalhar no período, observados os prazos da cláusula 10 (dez), anotando no verso do aviso, data, hora e local da homologação da rescisão.

Parágrafo Primeiro: Para o Empregado analfabeto que tenha pedido demissão, deverá a empresa cientificar o Sindicato Profissional, sendo que este colocará visto no respectivo documento de aviso prévio.

Parágrafo Segundo: A cessação da atividade da empresa, com o pagamento da indenização, simples ou em dobro, não exclui, por si só, o direito do empregado ao aviso prévio, caso não o tenha recebido.

31 DEMISSÃO POR JUSTA CAUSA

Ocorrendo despedida por justa causa, deverá o empregador especificar o motivo em carta a ser entregue ao empregado mediante recibo.

32 RESCISÕES CONTRATUAIS

As homologações das rescisões contratuais e o pagamento das verbas decorrentes atenderão as seguintes condições:

- a) até o primeiro dia útil imediato ao término do contrato; ou
- b) até o décimo dia, contado da data da notificação da demissão, quando da ausência do aviso prévio, indenização do mesmo ou dispensa de seu cumprimento;
- c) o não atendimento dos prazos acima fixados implicará no pagamento de multa equivalente a um dia de salário para cada dia de atraso, diretamente ao empregado dispensado juntamente com as demais verbas rescisórias;
- d) a multa aqui prevista não se aplicará às demissões em decorrência de decretação de falência ou concordata;
- e) no caso de falta ou recusa do empregado no recebimento das verbas, comunicará a empresa, o Sindicato dos Empregados, mediante protocolo, para ressalva de seus direitos;
- f) quando da homologação, deverão as empresas apresentar o comprovante de recolhimento do FGTS e da multa, se devida, nos termos do parágrafo 1º do artigo 9º do Decreto 2.430/97 que regulamentou a Lei 9.491/97 e a Lei Complementar nº 110 de 29/06/2001;
- g) A todos os empregados, independente do tempo de serviço e do motivo da rescisão, fica assegurada a exigência de homologação da rescisão do contrato de trabalho, excetuando-se entretanto esta disposição no caso de inexistência de sede ou sub-sede do Sindicato Profissional no local de trabalho do empregado dispensado, em funcionamento na data do início da vigência da presente Convenção;
- h) a homologação feita pela entidade Sindical obreirá, concerne quitação exclusivamente às verbas e aos respectivos valores discriminados no documento rescisório;
- i) nos casos em que o empregado for obrigado a deslocar-se da localidade onde presta seus serviços para receber seus haveres decorrente da rescisão contratual, a empresa fica obrigada a custear-lhe as despesas de ida e volta, mediante apresentação de

comprovantes das despesas efetuadas, salvo despedida por justa causa;

j) quando da rescisão do contrato de trabalho a empresa deverá fornecer cópia ao empregado do perfil profissional gráfico previdenciário abrangendo as atividades exercidas e devidamente atualizado, bem como cópia do atestado demissional;

k) no caso das homologações realizadas na sexta-feira com cheque de emissão da própria Empresa, o pagamento deverá ser efetuado até as 11:00 horas; após este horário, o pagamento deverá ser efetuado em dinheiro;

l) os Termos de Rescisão de Contrato de Trabalho deverão ser apresentados para homologação em 5 (cinco) vias.

Parágrafo Único: A reincidência na inobservância do disposto na letra "j" desta cláusula, implicará na aplicação da penalidade prevista na cláusula 74ª desta CCT, que reverterá em favor do empregado prejudicado.

33 EXAMES MÉDICOS

As despesas correspondentes aos exames médicos admissionais, demissionais ou periódicos, serão de responsabilidade das empresas, devendo ser realizados preferencialmente por médicos do trabalho, não coincidindo com o gozo de férias do empregado.

Parágrafo Único: O exame demissional não poderá coincidir com o período de redução de duas horas diárias ou sete dias corridos do aviso prévio, no caso de cumprimento deste.

34 FERRAMENTAS

a) É de responsabilidade das Empresas o fornecimento de todas as ferramentas necessárias para o desenvolvimento do trabalho, ficando proibida a exigência de qualquer ferramenta por parte do Empregador.

b) Os Empregados se obrigam ao uso devido, a manutenção e limpeza adequada das ferramentas que receberem. As ferramentas deverão ser substituídas imediatamente pelas Empresas, sempre que apresentarem desgastes ou defeitos que possam comprometer a segurança do Empregado.

c) Para solicitação de substituição das ferramentas, deverão os Empregados devolver aquelas até então utilizadas, bem como na rescisão ou extinção do contrato de trabalho.

d) Não se permite o desconto salarial por quebra de ferramentas, salvo nas hipóteses de dolo ou recusa de apresentação das ferramentas danificadas ou, ainda, havendo previsão contratual, de culpa comprovada do Empregado.

Parágrafo Único. A empresa manterá armários individuais com chave, sob responsabilidade do empregado, para guarda das ferramentas, equipamentos de proteção individual, uniformes e objetos pessoais de seus empregados.

35 EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL (EPI)

a) A Empresa fornecerá aos Empregados os EPI necessários, a serem utilizados nos locais de trabalho e serviços onde os Equipamentos de Proteção Coletiva não eliminem por completo os riscos e agressões ambientais.

b) Os EPI deverão ser adaptados de acordo com a necessidade do usuário, em caso de eventual deficiência física.

c) Os Empregados se obrigam ao uso devido, a manutenção e limpeza adequada dos EPI.

d) Os Equipamentos de Proteção Individual deverão ser substituídos imediatamente pela Empresa, sempre que apresentarem desgastes ou



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

defeitos que possam comprometer a segurança ou a saúde do Empregado.

e) Para solicitação de substituição dos EPI, deverão os Empregados devolver aqueles até então utilizados, bem como na rescisão ou extinção do contrato de trabalho.

f) Não se permite o desconto salarial por dano nos EPI, salvo nas hipóteses de dolo ou recusa de apresentação dos equipamentos danificados ou, ainda, havendo previsão contratual, de culpa comprovada do Empregado.

g) Os EPI, inclusive aqueles de uso excepcional e específico, quando necessários, deverão estar à disposição dos Empregados na integralidade da jornada de trabalho.

36 UNIFORMES

a) A Empresa fornecerá ao Empregado, gratuitamente, o uniforme necessário para o desenvolvimento do trabalho.

b) Os Empregados se obrigam ao uso devido, à manutenção e limpeza adequada dos uniformes que receberem.

c) Os Uniformes deverão ser substituídos imediatamente pela Empresa, sempre que apresentarem desgastes ou defeitos que possam comprometer a segurança ou a saúde do Empregado.

d) Para solicitação de substituição dos Uniformes, deverão os Empregados devolver aqueles até então utilizados, bem como na rescisão ou extinção do contrato de trabalho.

e) Não se permite o desconto salarial por dano do uniforme, salvo nas hipóteses de dolo ou recusa de apresentação das peças danificadas ou, ainda, havendo previsão contratual, de culpa comprovada do Empregado.

f) Os uniformes deverão possibilitar aos Empregados plenas condições de conforto.

37 GARANTIA ESPECIAL DE TRABALHO

a) Ao empregado afastado por motivo de doença por mais de 45 (quarenta e cinco) dias, será assegurada estabilidade no emprego por 60 (sessenta) dias após o término da licença.

b) O Empregado que sofreu acidente de trabalho tem garantida, pelo prazo mínimo de doze meses, a manutenção de seu contrato de trabalho na Empresa, após a cessação do auxílio doença acidentário.

c) A Trabalhadora gestante terá assegurada estabilidade provisória, desde a confirmação da gravidez até 150 (cento e cinquenta) dias após o parto.

38 CRECHE

As empresas que não possuam creche ou convênio neste sentido, se obrigam a cumprir com as disposições da Portaria MTB nº 3296, de 03.09.86.

39 HIGIENE

As empresas manterão a higiene das instalações sanitárias, que deverão ter separação de sexo, além de chuveiros, lavatórios, refeitórios e fornecimento de água potável nos locais de trabalho, de acordo com o artigo 200, item VII da CLT.

Obrigam-se as empresas, a manter local adequado, com fogão ou outro equipamento, para que os empregados possam esquentar seu lanche e refeições nos horários próprios, bem como caixa de primeiros socorros, nos locais de trabalho, com medicamentos e material de higiene (absorventes higiênicos), quando estas utilizarem-se de mão de obra feminina.

40 LICENÇA REMUNERADA PARA DIRIGENTES SINDICAIS

As empresas se obrigam a fornecer licença remunerada aos dirigentes efetivos ou suplentes da entidade sindical que porventura façam parte de seu quadro.

A licença a ser concedida será no máximo de 15 (quinze) dias por ano, independentemente do número de dirigentes que vier a usufruir do disposto nesta cláusula, limitando-se entretanto o benefício até 03 (três) diretores do Sindicato Profissional, por empresa. Neste caso os vencimentos dos dirigentes sindicais serão pagos como se trabalhado estivesse, mantidas todas as vantagens oferecidas pela empresa.

41 ABONO A APOSENTADORIA

Ressalvadas as condições mais favoráveis já existentes, os empregados que contarem com mais de 06 (seis) anos na mesma empresa, e que vierem a se aposentar em qualquer situação, receberão um abono equivalente à 60 (sessenta) dias da respectiva remuneração e, os que contarem com mais de 08 (oito) anos, na mesma empresa, receberão abono equivalente a 90 (noventa) dias da respectiva remuneração. O pagamento do referido abono será efetuado 01 (uma) única vez, no ato da aposentadoria.

42 FALECIMENTO DE EMPREGADO

No caso de falecimento de empregado por motivo de morte natural ou acidental, se obrigam as empresas a comunicar ao Sindicato Profissional no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar do conhecimento do fato, pagando ao dependente mais próximo, mediante comprovação, a seguinte indenização:

a) Em caso de morte natural ou acidental não decorrente da relação de trabalho, o equivalente a 2,5 (dois e meio) pisos da categoria;

b) Em caso de morte por acidente de trabalho ou percurso de trabalho, o equivalente a 03 (três) pisos da categoria;

c) Fica a empregadora dispensada do pagamento acima acordado, na hipótese que mantenha, às suas expensas, seguro de vida com prêmio superior aos valores acima.

43 DEFICIENTE FÍSICO

As empresas, com 50 (cinquenta) ou mais empregados, fornecerão ao Sindicato Profissional, até o dia 30 de dezembro de cada ano, o total de empregados e quais as vagas preenchidas por empregados reabilitados e ou deficientes habilitados perante o INSS.

Parágrafo Único: Em caso de abertura de novas vagas destinadas a estes empregados, ou para substituição daqueles que já estejam trabalhando, a empresa comunicará o fato ao Sindicato Profissional, esclarecendo em qual atividade estará aberta a vaga ou será substituído o empregado.

44 SAQUE DO PIS

A empresa liberará o empregado para saque do PIS, sendo que as horas dispensadas não poderão ser compensadas ou descontadas.

Não se aplicam as disposições acima aos empregados cujo horário de trabalho não coincida com o horário de expediente bancário, bem como àqueles cujas empresas mantenham convênio ou posto bancário.

45 SINDICALIZAÇÃO DOS EMPREGADOS

As empresas se comprometem a favorecer a sindicalização de todos os seus empregados e daqueles que vierem a ser admitidos, com a entrega do material promocional do Sindicato Profissional.

Parágrafo Único: Caso o empregado deseje desligar-se do quadro de associados do Sindicato Profissional, deverá manifestar essa intenção



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

pessoalmente, na sede ou sub-sede do mesmo, o qual comunicará por escrito a empresa.

46 QUADRO DE AVISOS

Fica assegurado ao Sindicato Profissional, o direito de manter nas dependências da empresa, um quadro de avisos, em local a ser previamente escolhido entre as partes. Somente serão afixados os avisos e/ou boletins emitidos pela entidade representativa dos empregados, devidamente assinados por membro de sua Diretoria.

47 ELEIÇÕES SINDICAIS

No período de eleições sindicais, desde que expressamente comunicado por escrito pela entidade profissional, com antecedência mínima de 05 (cinco) dias, as empresas, mediante entendimento prévio com a entidade profissional, destinarão um local adequado para a realização da eleição, facilitando o acesso de mesários e fiscais, se houver, liberando os associados pelo tempo necessário para o exercício do voto.

48 ESTACIONAMENTO

Se obrigam as empresas, a manterem nos locais de trabalho, estacionamento coberto para bicicletas e motocicletas.

49 LAZER

As empresas disponibilizarão local adequado para área de lazer de seus empregados, nos horários de descanso.

50 LIVRE ACESSO

Aconselha-se o livre acesso aos Dirigentes Sindicais, devidamente credenciados, nos locais de trabalho, mediante entendimento prévio entre a empresa e o Sindicato Profissional, para o desempenho de suas funções, vedada a divulgação de matérias político partidária ou ofensiva, e aos membros do Grupo Tripartite de Segurança e Saúde no Ramo Madeiro e Mobiliário do Estado do Paraná, será garantido acesso às Empresas sediadas nas bases territoriais das entidades convenientes, para acompanhamento das condições de saúde e higiene, mediante entendimento prévio com o Grupo e a Empresa.

51 PROTEÇÃO DO EMPREGADO

No primeiro dia de trabalho do empregado, o mesmo deverá ser apresentado aos CIPEIROS ou DESIGNADO, sendo dedicadas tantas horas quanto necessárias, para demonstração e instrução dos equipamentos de proteção individual, dos riscos da atividade a ser exercida, do local de trabalho, como também, os programas de prevenção de acidentes de trabalho desenvolvidos na empresa.

52 CIPA

A eleição da CIPA será convocada no prazo mínimo de 60 (sessenta) dias antes do término do mandato em curso. (NR 5 item 5.39);

A empresa remeterá ao sindicato profissional em três dias após a convocação cópia do edital que convocou a eleição da CIPA (NR 5 item 5.38.1);

O presidente e o vice presidente da CIPA constituirão dentre seus membros, no prazo mínimo de 55 (cinquenta e cinco), dias antes do término do mandato em curso, a comissão eleitoral (CE), que será a responsável pela organização e acompanhamento do processo eleitoral (NR 5 item 5.39);

Nos estabelecimentos onde não houver CIPA a comissão eleitoral será constituída pela empresa e pelo Sindicato Profissional (NR 5 item

5.39.1);

O processo eleitoral observará as seguintes condições:

- a) publicação e divulgação de edital em locais de fácil acesso e visualização, no prazo mínimo de 45 (quarenta e cinco) dias antes do término do mandato em curso;
- b) inscrição e eleição individual, sendo que o período mínimo para inscrição será de 15 (quinze dias);
- c) liberdade de inscrição para todos os empregados do estabelecimento, independente de setores ou locais de trabalho, com fornecimento de comprovante;
- d) garantia de emprego para todos os inscritos até a eleição;
- e) realização da eleição no prazo mínimo de 30 (trinta) dias antes do término do mandato da CIPA, quando houver;
- f) realização de eleição em dia normal de trabalho, respeitando os horários de turnos e em horário que possibilite a participação da maioria dos empregados;
- g) voto secreto;
- h) apuração dos votos, em horário normal de trabalho, com acompanhamento de representante do empregador e dos empregados, em número a ser definido pela comissão eleitoral;
- i) faculdade de eleição por meios eletrônicos;
- j) guarda, pelo empregador, de todos os documentos relativos à eleição, por um período mínimo de 05 (cinco) anos. (NR 5 item 5.40);

Havendo participação inferior a 50% (cinquenta por cento) dos empregados na votação, não haverá a apuração dos votos e a comissão eleitoral deverá organizar outra votação que ocorrerá no prazo máximo de dez dias (NR 5 item 5.41);

As empresas com mais de 20 (vinte) funcionários deverão constituir CIPA, de acordo com o dimensionamento previsto no quadro I da NR 5. As empresas com menos de 20 (vinte) funcionários o empregador deverá designar um responsável pelo cumprimento dos objetivos da NR 5;

Parágrafo Primeiro: As empresas encaminharão ao Sindicato Profissional, após a eleição, cópia da ata da posse, bem como o calendário anual das reuniões ordinárias, no prazo de 15 (quinze) dias. Aquelas em que a lei não exige a CIPA, deverão encaminhar o nome do Designado, no mesmo prazo acima.

Parágrafo Segundo: Faculta-se ao Sindicato Profissional participar das reuniões da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA, comunicando a empresa com antecedência.

Parágrafo Terceiro: Fica vedada a dispensa arbitrária ou sem justa causa do empregado eleito, mesmo que suplente, para cargo de direção de comissões internas de prevenção de acidentes, até 01 (um) ano após o final de seu mandato.

53 ASSISTÊNCIA JURÍDICA AOS VIGIAS

As empresas se obrigam a prestar assistência jurídica, sem qualquer ônus, aos vigias, porteiros ou guardiões, quando estes em defesa do patrimônio da empresa, venham a cometer atos que impliquem em processos judiciais.

54 ACERVO TÉCNICO

Desde que solicitado pelo empregado demitido ou demissionário, e que conste no registro da empresa, essa fornecerá obrigatoriamente, declaração em que conste os cursos, seminários, palestras, congressos e atividades de ensino frequentados pelo empregado.



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

55 MEDICAMENTOS

As empresas fornecerão, gratuitamente, aos seus empregados que sofreram acidente do trabalho, dentro das dependências da empresa, os medicamentos necessário ao tratamento que o sistema público não forneça, bem como vales-transporte que necessitem para locomoção, durante o prazo de 60 (sessenta) dias, contando-se da data do acidente.

56 CONVÊNIO FARMÁCIA

A Empresa manterá convênio com farmácias e/ou drogarias, visando a aquisição exclusivamente de medicamentos com receita médica, aos seus Trabalhadores e dependentes, com posterior desconto em folha de pagamento.

Parágrafo Único: Quando o valor a ser descontado em folha de pagamento ultrapassar 20% (vinte por cento) do salário base do Trabalhador, o mesmo será efetuado, no máximo, em duas parcelas consecutivas.

57 PROGRAMA DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS – PPRA E PROGRAMA DE CONTROLE MÉDICO E SAÚDE OCUPACIONAL – PCMSO

Todas as empresas deverão elaborar, independente do número de funcionários, e quando solicitado encaminhar cópia ao Sindicato Profissional, os seus Programas de Prevenção de Riscos Ambientais – PPRA (NR nº 9, Lei 6.514 de 22/12/77), e Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO – (NR nº 7, Portaria Nº 8 de 08/05/96).

58 TRANSPORTE DE ACIDENTADOS, DOENTES E PARTURIENTES

A Empresa providenciará o transporte, por pessoa habilitada, do Trabalhador para local apropriado, em caso de acidente, mal súbito ou parto, desde que ocorram no horário de trabalho ou em consequência deste.

59 REMESSA DA CAT

Ocorrendo acidente de trabalho com o empregado, obriga-se a empresa a encaminhar no prazo de 72 horas, cópia da CAT ao Sindicato Profissional e em caso de morte, de imediato.

60 COMPROVANTES DE DEPÓSITOS DE FGTS

Sempre que solicitadas pelo Sindicato Profissional, as Empresas farão a comprovação dos recolhimentos do F.G.T.S. de seus Empregados.

61 RELATÓRIO DE INSPEÇÃO DE CALDEIRAS

As Empresas remeterão ao Sindicato Profissional, cópia do Relatório de Inspeção das Caldeiras, em conformidade com o que preceitua o item 13.5.12 da Norma Regulamentadora nº 13 da Portaria nº 3.214 de 08/06/1978, no prazo de 10 (dez) dias após o término da inspeção.

62 TRANSFERÊNCIA

O empregado transferido, por iniciativa do empregador, para local mais distante de sua residência, tem direito a suplemento salarial correspondente ao acréscimo da despesa de transporte, independentemente do disposto no § 3º do artigo 469 da CLT.

Parágrafo Único: Fica proibida a transferência de que trata o § 1º do art. 469 da CLT, sem comprovação da necessidade do serviço.

63 AMAMENTAÇÃO

Para a amamentação do próprio filho, de até 6 (seis) meses de idade, a mulher terá direito a dois períodos de 30 (trinta) minutos diários, nos horários que melhor lhe convier.

64 MORADIA

As Empresas que fornecem moradia aos seus Trabalhadores, na hipótese de rescisão do contrato de trabalho, concederão aos mesmos o prazo de até 60 (sessenta) dias, contados a partir da homologação da rescisão contratual, para desocupar a casa.

65 PRESTAÇÃO DE SERVIÇO FORA DO DOMICILIO PROFISSIONAL

Ao Trabalhador fora do seu domicílio profissional, por determinação da empresa, e desde que não implique em transferência, terá o direito de ter ressarcidas as despesas com alimentação, hospedagem e transporte, mediante comprovação do efetivo gasto, observados os limites fixados com a Empresa e sem agregação salarial.

66 COMISSÕES DE CONCILIAÇÃO-PRÉVIA

As Entidades signatárias da presente Convenção Coletiva de Trabalho, que ainda não instituíram a CCP, constituirão a COMISSÃO DE CONCILIAÇÃO PRÉVIA, nos termos da cartilha elaborada pela FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná, em conjunto com as Federações de Trabalhadores.

67 COMISSÃO INTERSINDICAL

Os Sindicatos convenientes formarão Comissões para conjuntamente desenvolverem e encaminharemos os seguintes assuntos:

- Fazer levantamento e cadastramento dos empregados que ainda não possuem casa própria;
- Fazer levantamento e cadastramento dos empregados não alfabetizados existentes na categoria;
- Estabelecer critérios para orientação afim de evitar a contratação de mão-de-obra informal na categoria;
- Analisar as CAT's encaminhadas.

68 NEGOCIAÇÃO PERMANENTE

Estabelecem as partes que na vigência da presente Convenção Coletiva de Trabalho serão realizadas mesas redondas a partir de novembro do ano corrente, buscando a discussão e o aprimoramento das cláusulas sociais desta CCT.

69 COMISSÃO PARITÁRIA

Fica acordado entre as partes a instituição de uma Comissão Paritária para solução de problemas e conflitos entre as categorias profissionais e econômicas, que terá a seguinte finalidade:

- Propor critérios e fórmulas para implementação do Regime de Participação nos Lucros e Resultados;
- Examinar e decidir outras pendências de caráter trabalhista ou técnico de interesse das partes;
- Examinar e decidir o que estabelece as cláusulas 29 e 66;
- Esta Comissão reunir-se-á quando se fizer necessária a sua ação, em data a ser marcada entre as partes acordantes;
- Examinar, sempre que solicitada, a revisão do enquadramento profissional.



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

70 RELAÇÃO DE EMPREGADOS

A empresa enviará ao Sindicato Profissional, relação dos operários que pagaram a contribuição sindical e negocial, contendo nomes, função, salário e valor depositado, no prazo de 10 (dez) dias após o seu recolhimento, bem como até o final de mês de novembro, a relação dos empregados pertencentes à categoria.

Parágrafo Único: Enviarão ainda cópia do cadastro geral de admissão e dispensa (CAGED), quando houver movimentação, no prazo de 10 (dez) dias após a entrega do mesmo ao M.T.E.

71 RECOLHIMENTO DE MENSALIDADE

De acordo com o artigo 545, parágrafo único, da CLT, as empresas são obrigadas a descontar em folha de pagamento as mensalidades do Sindicato Profissional, que serão recolhidas até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao desconto.

Os recolhimentos efetuados a partir do 11º (décimo primeiro) dia sofrerão a multa do artigo 600 e parágrafos da CLT.

72 CONTRIBUIÇÃO CONFEDERATIVA

De acordo com a manifestação das assembleias gerais com respaldo no artigo 8º IV da CF/88, fica estabelecido entre os signatários que os empregadores farão um desconto mensal nos salários de todos os empregados associados, nos percentuais abaixo relacionados, a título de contribuição confederativa.

CASTRO	1,5% (um e meio por cento)
CIANORTE	2,0% (dois por cento)
FETRACONSPAR	1,5% (um e meio por cento)
GUARAPUAVA	1,0% (um por cento)
JAGUARIÁVA	1,0% (um por cento)
JATAIZINHO	1,5% (um e meio por cento)
LONDRINA	2,0% (dois por cento)
MARINGÁ	9,0% (nove por cento) a ser descontado nos meses de outubro e dezembro/2004.
PATO BRANCO	1,5% (um e meio por cento)
PARANAGUÁ	1,5% (um e meio por cento)
PARANAVÁ	2,0% (dois por cento)
UBIRATÁ	2,0% (dois por cento)
UNIÃO DA VITÓRIA	1,5% (um e meio por cento)

As importâncias resultantes do desconto, deverão ser depositadas em conta especial junto à Caixa Econômica Federal, ou, junto ao Banco do Brasil, em nome da entidade obreira favorecida até o quinto dia útil de cada mês. O não recolhimento do desconto no percentual devido dentro do prazo estipulado sujeitará a empresa às sanções do artigo 600 da CLT. Caberá ao Sindicato o encaminhamento das guias para fins de pagamento junto à CEF ou Banco do Brasil.

A distribuição da mesma será feita conforme orientação impressa na guia que será fornecida pelos Sindicatos Profissionais e efetuada pela Caixa Econômica Federal ou Banco do Brasil, sempre obedecendo os percentuais a serem distribuídos para o Sindicato, Federação e Confederação.

73 CONTRIBUIÇÃO NEGOCIAL

Fica estabelecido entre os signatários que todos os trabalhadores que se beneficiaram do reajuste salarial ou foram abrangidos pela presente Convenção Coletiva de Trabalho, sofrerão um desconto, conforme abaixo discriminado, por entidade sindical, que os empregadores farão

sobre o total da remuneração dos empregados (art. 457 CLT), "per capita".

Estes descontos foram estabelecidos de acordo com a manifestação das Assembleias Gerais, com respaldo no artigo 8º IV da CF, e está dentro da razoabilidade.

A fim de evitar-se duplicidade de desconto estipula-se a obrigatoriedade da anotação do referido desconto na CTPS do empregado, sua data, valor e nome da entidade obreira favorecida; As importâncias resultantes dos descontos deverão ser depositadas junto a Caixa Econômica Federal S/A ou Banco do Brasil, em nome das entidades obreiras até o dia 08 de novembro de 2004, sob as sanções do artigo 600 da CLT. As importâncias a serem descontadas a partir do mês de outubro/2004, serão depositadas em favor do sindicato favorecido até o 5º dia útil do mês subsequente ao desconto.

Fica claro entre as Entidades convenientes que todo e qualquer valor descontado dos trabalhadores, a título de contribuição negocial, é de exclusiva responsabilidade das Entidades Profissionais.

Os valores a serem descontados dos salários dos empregados são os seguintes:

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE CIANORTE;

Desconto de 5% (cinco por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE GUARAPUAVA;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE JATAIZINHO E IBIPORÁ;

Desconto de 7,5% (sete e meio por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE LONDRINA;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAGUÁ;

Desconto de 4% (quatro por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social. Mais um desconto de 4% (quatro por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de novembro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAVAI;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PATO BRANCO;

Desconto de 4,5% (quatro e meio por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UBIATÁ;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UNIÃO DA VITÓRIA;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE SERRARIAS, CARPINTARIAS, TANOARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADOS, AGLOMERADOS E CHAPAS DE FIBRAS DE MADEIRA, MARCENEIROS, INDÚSTRIAS DE MÓVEIS DE MADEIRA, MÓVEIS DE JUNCO E VIME, VASSOURAS, CORTINADOS E ESTOFADOS, ESCOVAS E PINCEIS DE QUEDAS DE IGUAÇU;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS MADEIREIRAS, MOVELEIRAS E SIMILARES DE JAGUARIÁVA;

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual

será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE PINCEIS, PALITOS, ESCOVAS, SERRARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADAS, AGLOMERADOS, CHAPAS DE FIBRAS DE MADEIRA, MÓVEIS DE MADEIRA E OFICIAIS MARCENEIROS DE CASTRO;

Desconto de 6,5% (seis e meio por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004, sendo que deste percentual será repassado 0,5% (meio por cento) a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Construção e do Mobiliário do Estado do Paraná, conforme estabelece o Inciso X, do artigo 8º do Estatuto Social.

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ – FETRACONSPAR.

Desconto de 8% (oito por cento) sobre a remuneração de cada trabalhador no mês de outubro de 2004.

Parágrafo Primeiro: Ocorrendo rescisão do contrato de trabalho por qualquer motivo antes de descontada as demais parcelas, deverá ser efetuado o desconto das mesmas por ocasião da rescisão bem como do empregado que no mês do desconto estiver afastado do emprego por qualquer motivo, sofrerá o desconto no retorno e a parcela descontada será recolhida ao Sindicato Obreiro até o 5º dia útil do mês subsequente ao desconto.

Parágrafo Segundo: As empresas que anteciparam reajuste salarial, visando compensar o mesmo por ocasião desta CCT, também deverão descontar a contribuição dos seus empregados.

Parágrafo Terceiro: Fica assegurado aos empregados o direito de oposição à referida contribuição, a qual deverá ser apresentada individualmente pelo empregado, diretamente ao Sindicato profissional em sua sede ou sub-sede até 10 (dez) dias antes de ser efetuado o desconto, sem efeito retroativo, em requerimento manuscrito, com identificação e assinatura do oponente salvo em se tratando de empregado analfabeto, quando poderá opor-se através de termo redigido por outrem, no qual deverá estar atestado por duas testemunhas devidamente identificadas. Recebida a oposição, o Sindicato fornecerá recibo de entrega e encaminhará ao empregador, para que não seja procedido o desconto.

74 MULTA

Em caso de descumprimento desta Convenção Coletiva de Trabalho, pagará o empregador diretamente ao empregado prejudicado, as multas estipuladas em cada uma das cláusulas, ou, se inexistente, equivalente a 01 (um) salário mínimo.

75 FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Curitiba - PR, com preferência sobre qualquer outro por mais especial que seja.

Curitiba, 29 de setembro de 2004.

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO E MARCENARIA DO ESTADO DO PARANÁ

Ronaldo Duschenes – Presidente - CPF: 049.442.408-72



Federação dos Trabalhadores
nas Indústrias da Construção
e do Mobiliário do Estado do Paraná

Sindicato da Indústria do Mobiliário e
Marcenaria do Estado do Paraná

SiMOV

**FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ**
FETRACONSPAR
GERALDO RAMTHUN - Presidente
CPF: 339.538.809-34

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PATO BRANCO**
NILDO LUIZ SALTON - Presidente em Exercício
CPF: 804.885.609-34

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE LONDRINA**
DENILSON PESTANA DA COSTA - Presidente
CPF: 731.067.399-91

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE MARINGÁ**
DORVALINO LOPES DE MACEDO - Presidente em Exercício
CPF: 283.491.368-47

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAVÁ**
REINALDIM BARBOZA PEREIRA - Presidente
CPF: 424.226.809-25

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS
MADEIRAS, MOVELEIRAS E SIMILARES DE JAGUARIAÍVA**
SILVANO SANTOS DE SOUZA - Presidente em Exercício
CPF: 023.065.699-40

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE CIANORTE**
SEBASTIÃO LIMA DA SILVA - Presidente
CPF: 526.741.659-53

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE
PINCÊIS, PALITOS, ESCOVAS, SERRARIAS, MADEIRAS
COMPENSADAS E LAMINADAS, AGLOMERADOS, CHAPAS DE
FIBRAS DE MADEIRA,
MÓVEIS DE MADEIRA E OFICIAIS MARCENEIROS DE CASTRO**
SIDNEY DE PAULA - Presidente
CPF: 025.525.819-43

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE GUARAPUAVA**
SIRLEI CÉSAR DE OLIVEIRA - Presidente
CPF: 647.537.869-00

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DE
SERRARIAS, CARPINTARIAS, TANOARIAS, MADEIRAS
COMPENSADAS E LAMINADOS, AGLOMERADOS E CHAPAS DE
FIBRAS DE MADEIRA, MARCENEIROS, INDÚSTRIAS DE MÓVEIS
DE MADEIRA, MÓVEIS DE JUNCO E VIME, VASSOURAS,
CORTINADOS E ESTOFADOS, ESCOVAS E PINCÊIS DE QUEDAS
DE IGUAÇU**
CLAUDIR DOS SANTOS - Presidente
CPF: 021.920.439-02

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE JATAIZINHO E IBIPORÁ**
RICARDO VIEIRA - Presidente
CPF: 528.933.919-15

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE PARANAGUÁ**
JOSÉ ÁVIDO PACHECO - Presidente
CPF: 390.075.029-72

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UBIATÁ**
JOAQUIM FRANCISCO DA SILVA - Presidente
CPF: 279.331.729-20

**SINDICATO DOS TRABALHADORES NAS INDÚSTRIAS DA
CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE UNIÃO DA VITÓRIA**
JOSÉ ORLANDO DOS SANTOS - Presidente
CPF: 177.734.749-15

**ANEXO 4 – DECRETO ESTADUAL DO GOVERNO DO PARANÁ
Nº 246 DE 29/01/2003**

DECRETO N. 246

Publicado no DOE de 29.01.2003

O GOVERNADOR DO ESTADO DO PARANÁ, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, V, da Constituição Estadual, e considerando o disposto no art. 179 da Constituição Federal, o art. 143 da Constituição Estadual, na Lei n. 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e nas Leis Estaduais n. 11.580, de 14 de novembro de 1996, 9.895, de 8 de janeiro de 1992, e 11.651, de 27 de dezembro de 2002, e o Convênio ICMS 59/89,

DECRETA

Art. 1º Fica introduzida no Regulamento do ICMS, aprovado pelo Decreto n. 5.141, de 12 de dezembro de 2001, a seguinte alteração:

Alteração 141ª O Capítulo XVI do Título III passa a vigorar com a seguinte redação:

"CAPÍTULO XVI

DO REGIME FISCAL DAS MICROEMPRESAS E DAS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

Art. 406. As microempresas e as empresas de pequeno porte terão tratamento tributário diferenciado, regendo-se pelos termos, limites e condições deste Capítulo.

Art. 407. Para os fins do disposto neste capítulo, considera-se:

I - Microempresa, aquela que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais), no ano de seu enquadramento ou no ano anterior, se estiver em atividade;

II - Empresa de Pequeno Porte - EPP, aquela que tiver receita bruta anual superior a R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), no ano de seu enquadramento ou no ano anterior, se estiver em atividade.

§ 1º A receita bruta prevista neste artigo:

- a) será a auferida no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro;
- b) terá seu limite calculado proporcionalmente ao número de meses de efetiva atividade quando:
 1. o início das operações ocorrer após o mês de janeiro;
 2. o seu encerramento ocorrer antes do mês de dezembro;
 3. suas atividades forem suspensas por um ou mais meses do ano civil;
- c) considerará o valor total das saídas de mercadorias e das prestações de serviços, promovidas em conjunto por todos os estabelecimentos da empresa, excluídos os valores

correspondentes a prestações de serviços compreendidos na competência tributária dos Municípios, saídas canceladas, descontos incondicionais concedidos, devoluções de mercadorias adquiridas, transferências em operações internas e operações internas decorrentes de remessas para depósito, armazenagem, demonstração, feira ou exposição, industrialização ou conserto.

§ 2º Ressalvado o disposto na alínea "c" do parágrafo anterior, para fins de determinação da receita bruta apurada mensalmente, é vedado efetuar qualquer outra exclusão.

Art. 408. O enquadramento no Regime Fiscal das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte será realizado mediante opção expressa do contribuinte, observado o disposto em Norma de Procedimento Fiscal.

Art. 409. Não poderá optar pelo Regime Fiscal das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte a empresa:

I - constituída sob a forma de sociedade por ações ou em que o titular ou sócio seja pessoa jurídica;

II - que realize operações relativas a:

a) armazenamento e depósito de produtos de terceiros;

b) produção e extração de produtos primários;

III - que preste serviços de transporte interestadual ou intermunicipal;

IV - em que o titular ou sócio participe de outras sociedades comerciais cujo faturamento, em sua totalidade, seja superior ao valor equivalente a R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais);

V - eleito substituto tributário em relação a operações subsequentes.

Art. 410. A parcela de receita bruta mensal do conjunto de estabelecimentos da microempresa e da empresa de pequeno porte, até R\$ 15.000,00 (quinze mil reais), fica desonerada do ICMS.

Parágrafo único. O disposto neste artigo não exclui as microempresas e as empresas de pequeno porte da obrigatoriedade de recolhimento do imposto nas hipóteses previstas no art. 412.

Art. 411. As microempresas e as empresas de pequeno porte, conforme definidas neste Capítulo, ficam sujeitas ao recolhimento mensal de ICMS de valor equivalente ao somatório do resultado da aplicação dos seguintes percentuais sobre a receita bruta mensal do conjunto de seus estabelecimentos:

I - 2% (dois pontos percentuais), sobre a parcela de receita bruta que exceda R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) e seja igual ou inferior a R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais);

II - 3% (três pontos percentuais), sobre a parcela de receita bruta que exceda R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) e seja igual ou inferior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais);

III - 4% (quatro pontos percentuais), sobre a parcela de receita bruta que exceda R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Parágrafo único. Para os fins do disposto neste artigo, considera-se receita bruta o valor total das saídas de mercadorias e das prestações de serviços, promovidas pelo conjunto de

estabelecimentos da empresa, excluídos os valores correspondentes a:

- a) prestações de serviços compreendidos na competência tributária dos municípios;
- b) saídas canceladas;
- c) descontos incondicionais concedidos;
- d) devoluções de mercadorias adquiridas;
- e) transferências em operações internas;
- f) operações internas decorrentes de remessas para depósito, armazenagem, demonstração, feira ou exposição, industrialização ou conserto;
- g) saídas com isenção, imunidade, suspensão do pagamento do imposto, sujeitas ao regime de substituição tributária e para venda ambulante não realizadas.

Art. 412. A microempresa e a empresa de pequeno porte são responsáveis, também, pelo pagamento do imposto referente:

- I - às hipóteses de responsabilidade previstas na legislação do ICMS;
- II - à entrada decorrente de importação de bens e de mercadorias e à arrematação em leilão;
- III - às aquisições de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária em que não tenha ocorrido a retenção do ICMS e o remetente não tenha sido ou tenha deixado de ser eleito substituto tributário;
- IV - às hipóteses de recolhimento antecipado.

Art. 413. A microempresa e a empresa de pequeno porte que possuírem mais de um estabelecimento no Estado deverão efetuar a apuração e o recolhimento do imposto de forma centralizada, observado o disposto em Norma de Procedimento Fiscal, num único estabelecimento, denominado centralizador, devendo informar, por ocasião do pedido de enquadramento de cada um dos estabelecimentos, a condição de centralizador ou centralizado. Parágrafo único. Para os fins do disposto neste artigo, o novo estabelecimento inscrito no CAD/ICMS, de empresa enquadrada no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte será automaticamente considerado como centralizado.

Art. 414. Perderá a condição de microempresa e de empresa de pequeno porte aquela que:

- I - não preencher os requisitos mencionados neste Capítulo;
- II - optar pelo regime normal de tributação;
- III - ocultar ao fisco operações ou prestações relacionadas com suas atividades ou quando for constatada incompatibilidade entre a receita bruta declarada e as informações econômico-fiscais prestadas pela empresa ou apuradas pelo fisco.

§ 1º A empresa excluída do Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte retornará ao regime normal de apuração e pagamento do imposto a partir do primeiro dia do segundo mês subsequente ao da ocorrência do evento, exceto no caso de exclusão por opção, hipótese em que o contribuinte sujeitar-se-á ao regime normal a partir do 1º dia do mês subsequente ao da opção.

§ 2º Na hipótese de desenquadramento de ofício previsto neste artigo, a empresa poderá ser reenquadrada no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte após decorrido o prazo de um ano, contado do mês de referência do desenquadramento.

§ 3º A microempresa e a empresa de pequeno porte cuja receita bruta, no decurso do exercício, exceder ao limite acumulado de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), estará excluída do Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, a partir do primeiro dia do segundo mês subsequente ao da ocorrência. Tal fato deverá ser comunicado à repartição fazendária a que estiver subordinada, até o último dia útil do mês subsequente ao da ocorrência, passando a empresa a submeter-se ao regime normal de tributação.

Art. 415. Na hipótese do artigo anterior, fica assegurado o direito de recuperação do crédito em relação às entradas de mercadorias anteriormente tributadas, existentes em estoque, ressalvadas as sujeitas ao regime de substituição tributária, cujas saídas devam ocorrer com débito do imposto, podendo o contribuinte, na impossibilidade ou dificuldade de determinação do valor real, apropriar-se de 12% do valor dessas mercadorias.

Parágrafo único. Para os fins do disposto neste artigo, a recuperação do crédito em relação à entrada de bens do ativo permanente deverá observar, no que couber, o contido no § 4º do art. 24.

Art. 416. As microempresas e as empresas de pequeno porte deverão cumprir as seguintes obrigações acessórias:

- I - inscrever-se no CAD/ICMS;
- II - emitir documentos fiscais para documentar as entradas e as saídas que promover;
- III - escriturar os livros Registro de Entradas e Registro de Saídas, os quais se prestarão aos demais registros que a legislação determinar;
- IV - apresentar, mensalmente, GIA/ICMS, cuja forma e prazo observará o disposto em Norma de Procedimento Fiscal;
- V - preencher e entregar, anualmente, a Declaração Fisco-Contábil - DFC, e a Guia de Informação das Operações e Prestações Interestaduais - GI/ICMS;
- VI - manter toda a documentação relativa aos atos negociais que praticar ou em que intervier, até que ocorra a prescrição dos créditos tributários decorrentes das operações ou prestações a que se refiram;
- VII - proceder ao levantamento dos estoques em 31 de dezembro de cada ano, escriturando a quantidade, descrição e valor dos produtos no livro Registro de Entradas ou no livro Registro de Inventário;
- VIII - manter em seus estabelecimentos, em local visível ao público, placa indicativa que informe tratar-se de empresa enquadrada no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte com o respectivo número da inscrição no CAD/ICMS;
- IX - entregar arquivo magnético, na hipótese de emitir documentos fiscais ou escriturar livros fiscais por sistema eletrônico de processamento de dados, atendendo o disposto no Capítulo XIV do Título III.

Parágrafo único. Para os fins do disposto no inciso II, os documentos fiscais emitidos pelas empresas enquadradas no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte:

a) não deverão conter o destaque do ICMS;

b) deverão conter impressa, ainda que por meio de carimbo, a expressão: "Documento emitido por empresa enquadrada no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte - Não gera direito a crédito de ICMS".

Art. 416-A. A opção pelo Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte veda a utilização ou destinação de qualquer valor a título de incentivo fiscal, assim como a apropriação e transferência de créditos relativos ao ICMS.

Art. 416-B. Aplicam-se às empresas enquadradas no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte as multas previstas no art. 55 da Lei n. 11.580, de 14 de novembro de 1996, de conformidade com o ilícito praticado.

Art. 416-C.-Ressalvado o disposto neste Capítulo, aplicam-se à empresa enquadrada no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, no que couber, as demais normas relativas ao ICMS.

Art. 2º O contribuinte atualmente optante pelo SIMPLES/PR, sujeitar-se-á ao enquadramento de ofício no novo Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte de que trata este Decreto.

§ 1º As empresas enquadradas de ofício no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte que deixarem de apresentar a Declaração Fisco Contábil - ano base 2002, nos prazos estabelecidos na legislação serão automaticamente desenquadradas e inseridas no regime normal de tributação, podendo ser reenquadradas, a pedido, desde que cumpram os requisitos para enquadramento.

§ 2º No enquadramento de ofício de que trata este artigo será considerada como estabelecimento centralizador a matriz, com base no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, ou, na inexistência desta no CAD/ICMS, o estabelecimento da empresa com inscrição mais antiga.

Art. 3º A fiscalização das empresas enquadradas no Regime Fiscal das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte terá, prioritariamente, caráter orientativo e medidas fiscais de caráter punitivo serão, necessariamente, precedidas de autorização do Diretor da Coordenação da Receita do Estado.

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir de 1º.02.2003, inclusive.

Curitiba, 29 de janeiro de 2003, 182º da Independência e 115º da República.

Roberto Requião
Governador do Estado

Heron Arzua
Secretário de Estado da Fazenda

ANEXO 5 – TABELA DE CONTRIBUIÇÃO CONFEDERATIVA
(Sindicato da Indústria de Mobiliários e Marcenarias do Estado do Paraná – SIMOV)

ANEXO 5 – TABELA DE CONTRIBUIÇÃO CONFEDERATIVA

Sindicato da Indústria de Mobiliários e Marcenarias do Estado do Paraná - SIMOV

Data Base: 1º MAIO/04 à 30 DE ABRIL/05

Dissídio Coletivo: mês de Maio

Contribuição Confederativa: recolhimento no mês de Julho, incidindo sobre a Folha de Pagamento do mês de Maio, conforme tabela abaixo:

FOLHA DE PAGAMENTO	VALOR CONTRIBUIÇÃO
até R\$ 1.500,00	R\$ 105,00 (valor mínimo)
de R\$ 1.500,00 à 2.500,00	R\$ 165,00
de R\$ 2.500,00 à 5.000,00	R\$ 315,00
de R\$ 5.000,00 à 10.000,00	R\$ 630,00
de R\$ 10.000,00 à 20.000,00	R\$ 1.050,00
de R\$ 20.000,00 à 50.000,00	R\$ 1.890,00
mais de R\$ 50.000,00	R\$ 2.415,00

- **Categoria Filiado:** O associado contribui com um salário mínimo quadrimestralmente, recolhido via banco.

Benefícios: Assistência Jurídica e trabalhista (taxas 50% dos honorários da OAB), Cursos e Palestras em convênio com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade - IBQP.